

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет»

Научно-образовательный центр
«Теоретические и прикладные проблемы
многоуровневого общественного воспроизводства»

**МНОГОУРОВНЕВОЕ
ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО:
ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

Сборник научных трудов

*Под редакцией
Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой*

Выпуск 19 (35)

Иваново
Издательство «Ивановский государственный университет»
2020

ББК 65.9(2Рос)-96
М 735

Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики : сб. науч. тр. / под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой. – Иваново : Иван. гос. ун-т, 2020. – Вып. 19 (35). – 152 с. – ISBN 978-5-7807-1352-4.

В научных статьях рассматривается широкий круг теоретико-прикладных вопросов функционирования предприятий, организаций, отдельных рынков, отраслей, сфер экономики, взаимоотношений государства и бизнеса, отдельных стран.

Предназначен для лиц, изучающих экономическую науку и хозяйственную практику, интересующихся проблематикой развития Российской Федерации, ее регионов, управления предприятиями различных видов хозяйственной деятельности.

*Печатается по решению редакционно-издательского совета
Ивановского государственного университета*

Рецензенты

Институт экономики и менеджмента
Владимирского государственного университета
им. А. Г. и Н. Г. Столетовых
(д-р экон. наук **П. Н. Захаров**)

д-р экон. наук **В. А. Гордеев**
(Ярославский государственный технический университет)

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Предисловие научных редакторов</i>	5
---	---

МЕГА-, МАКРОУРОВНИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

<i>Бернардо И. В.</i> Факторы, влияющие на развитие малых и средних предприятий в Гвинее-Бисау	7
<i>Малёнкина Т. М., Гаджиева З. Д.</i> Современные банковские продукты: анализ современного состояния и направления модернизации	13
<i>Малёнкина Т. М., Казанцева А. М.</i> Инвестиционная активность граждан России в условиях турбулентности	27
<i>Малёнкина Т. М., Ольховец А. Н.</i> Кредитная политика российских коммерческих банков в условиях пандемии коронавирусной инфекции	36
<i>Малёнкина Т. М., Саргсян М. А.</i> Перспективы развития российского рынка банковских карт в условиях пандемии коронавирусной инфекции COVID-19	42
<i>Мане С.</i> Сравнительный анализ организации рекламы в Сенегале и России	49
<i>Маркосян М. Н., Малёнкина Т. М.</i> Роль международного кредита в экономических условиях современной России	54
<i>Найдич А. Ю., Малёнкина Т. М.</i> Обзор изменений в российском налоговом законодательстве в связи с пандемией коронавирусной инфекции	59
<i>Новиков В. А., Титова Ю. А.</i> Сравнение регионального и столичного рынка ивент-услуг	64
<i>Соколов А. Е., Иродова Е. Е.</i> Систематизация подходов к анализу государственно-частного партнерства	72

МЕЗОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

<i>Курникова И. В., Ивашина А. Е.</i> Проблемы налогообложения субъектов малого и среднего бизнеса на современном этапе развития экономики Ивановской области	78
<i>Мирскова Е. Н.</i> Земельно-имущественный комплекс как объект муниципального управления	84
<i>Уткин А. И.</i> Применение диофантовых уравнений в моделировании экономического потенциала регионального кластера на основе сбалансированной системы показателей	92

**МИКРОУРОВЕНЬ
ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА**

<i>Денисова Т. А., Жерелова А. А.</i> Методические аспекты разработки конкурентной стратегии предприятия	100
<i>Дмитриева Д. С.</i> Понятийный аппарат и сущность стратегического маркетинга для современной организации	106
<i>Кольчугин Е. А., Курникова И. В.</i> Особенности финансового планирования на предприятиях малого бизнеса	112
<i>Молчанова А. Г.</i> Анализ путей адаптации деятельности предприятий в зависимости от сезонных факторов спроса и предложения	121
<i>Плетюхина С. А.</i> Комплаенс в системе внутреннего контроля организаций различных форм собственности	126
<i>Рамазанова М. Н.</i> Эффективность внедрения сетевых методов планирования и управления в деятельность транспортной компании	133
<i>Романова О. С.</i> Переход от традиционного к новому пониманию организационной (корпоративной) культуры	138
<i>Сведения об авторах</i>	144
<i>Информация для авторов</i>	150

ПРЕДИСЛОВИЕ НАУЧНЫХ РЕДАКТОРОВ

Новый сборник научных трудов «Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики» вышел в свет! Продолжая традиции, сложившиеся за прошедшее десятилетие (первый номер периодического издания вышел в 2010 году), в сборнике представлены статьи, посвященные проблемам и перспективам развития мировой и национальной экономик, региональных социально-экономических систем, отраслевых рынков и отдельных предприятий. Ситуация пандемии коронавируса в мире нашла отражение в проблематике научных исследований, некоторые из которых представлены в сборнике. Так, студенты кафедры финансов, бухгалтерского учета и банковского дела Института социально-экономических наук Ивановского государственного университета, обучающиеся по программе «Финансы и кредит», вместе со своим научным руководителем доцентом Т. М. Малёктовой рассматривают кредитную политику российских коммерческих банков (А. Н. Ольховец), инвестиционную активность граждан России (А. М. Казанцева), современные банковские продукты (З. Д. Гаджиева), перспективы развития российского рынка банковских карт (М. А. Саргсян), изменения в российском налоговом законодательстве (А. Ю. Найдич) в условиях пандемии коронавирусной инфекции COVID-19.

Магистрантка кафедры экономической теории экономики и предпринимательства этого же Института Ю. А. Титова со своим научным руководителем В. А. Новиковым проводят сравнение регионального и столичного рынка ивент-услуг, направленного на социально-экономическое и культурное развитие территории государства. В статье рассматриваются отличия этих рынков, выражающиеся в масштабе и уровне мероприятий, в общем объеме заказов, а также технических возможностях агентств. При этом авторами отмечается главная проблема указанных рынков, связанная сегодня с отсутствием горизонта планирования в условиях пандемии.

Но в центре внимания авторов сборника находятся и другие актуальные вопросы. В теоретико-экономическом ключе аспирантом кафедры экономической теории экономики и пред-

принимательства Института социально-экономических наук ИвГУ А. Е. Соколовым вместе с научным руководителем профессором Е. Е. Иродовой представлена систематизация подходов к анализу государственно-частного партнерства применительно к российской экономике.

Опираясь на действующее российское законодательство и хозяйственную практику предпринимательства в нашей стране иностранные студенты этой же кафедры, рассматривают проблемы развития своих стран. Бернардо Виейра из Гвинеи-Бисау, обучающийся по программе бакалавриата «Экономика предприятий и организаций», анализирует развитие малых и средних предприятий, а магистрант Мане Салиф из Сенегала (программа «Экономика и фирмы и отраслевых рынков») проводит сравнение организации рекламы двух стран, указывая на необходимость совершенствования нормативных механизмов регулирования рекламного рынка в Сенегале на основе опыта России.

Не остается без внимания и региональная экономика. В статье студентки 4 курса бакалавриата (ОП «Финансы и кредит») А. Е. Ивашиной и ее руководителя доцента И. В. Курниковой анализируются существующие проблемы налогообложения субъектов малого и среднего бизнеса на современном этапе развития экономики Ивановской области и предлагаются меры по устранению недостатков существующей системы налогообложения. Магистрантка 2 курса Е. Н. Мирскова из Ивановского филиала РАНХиГС, обучающаяся по программе «Государственное и муниципальное управление», рассматривает понятие «земельно-имущественный комплекс» и на этой основе выявляет актуальные проблемы, негативно отражающиеся на правовом регулировании этого комплекса, играющего важную роль в развитии любого региона, в том числе и Ивановской области. Магистрант кафедры экономического анализа и бухгалтерского учета Института социально-экономических наук ИвГУ А. И. Уткин продолжает исследовать тему комплексной оценки устойчивого развития кластерообразующих предприятий на основе сбалансированной системы показателей. В статье представлена процессная модель «диофантовых колебаний» при моделировании экономического потенциала инновационного кластера Ивановской области.

Как обычно, большое внимание уделяется вопросам совершенствования функционирования и управления предприятиями и организациями. Авторами этого блока статьей рассматриваются различные аспекты деятельности предприятий и организаций. Это понятийный аппарат и сущность стратегического маркетинга для современной организации (магистрантка кафедры менеджмента Институт социально-экономических наук Д. С. Дмитриева), адаптация деятельности предприятий в зависимости от сезонных факторов спроса и предложения (магистрантка кафедры экономической теории, экономики и предпринимательства этого же Института А. Г. Молчанова), методические аспекты разработки конкурентной стратегии предприятия (магистрантка этой же кафедры А. А. Жерелова и ее научный руководитель канд. экон. наук Т. А. Денисова), комплаенс в системе внутреннего контроля организаций различных форм собственности (доцент кафедры финансов, бухгалтерского учета и банковского дела С. А. Плетюхина), особенности организации финансового планирования на предприятиях малого бизнеса (студент 4 курса ОП «Финансы и кредит» этой же кафедры Е. А. Кольчугин и его научный руководитель доцент И. В. Курникова). Магистрант Ивановского филиала Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова М. Н. Рамазанова оценивает эффективность внедрения сетевых методов планирования и управления в деятельности транспортной компании, а канд. экон. наук О. С. Романова продолжает изыскания в области организационной (корпоративной) культуры.

Не за горами Новый год, наступает период приятных забот, подготовки подарков, поздравлений, общения с родными и близкими (даже если он-лайн). Желаем всем нашим авторам новогоднего настроения, оптимизма, успехов в любых начинаниях! Будьте здоровы! Впереди нас ожидают новые встречи, события, победы. Мы все строим планы на очередной год. Пусть они осуществляются! Надеемся, что среди этих планов будут научные исследования, результаты которых мы увидим в новых статьях в сборниках научных трудов «Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики» 2021 года!

*Б. Д. Бабаев, доктор экономических наук,
Е. Е. Николаева, доктор экономических наук*

МЕГА-, МАКРОУРОВНИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

УДК 338.242.4

И. В. Бернардо

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ГВИНЕЕ-БИСАУ

Даётся оценка факторов, затрудняющих развитие малого и среднего бизнеса в Гвинее-Бисау. Сделан вывод о необходимости совершенствовании механизмов регулирования и стимулирования процессов развития малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова: рынок, инвестиции, бизнес, интеграция, неформальная экономика, инфраструктура, Гвинея-Бисау.

I. V. Bernardo

FACTORS INFLUENCING THE DEVELOPMENT SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE IN GUINEA-BISSAU

This article provides an assessment of the factors hampering the development of small and medium-sized businesses in Guinea-Bissau. The conclusion is made about the need to improve the mechanisms of regulation and stimulation of the processes of development of small and medium-sized businesses.

Key words: market, investment, business, integration, informal economy, scarcity of resources, infrastructure.

Гвинея-Бисау – небольшое государство, расположенное на западном побережье Африки, с населением чуть более 2 миллионов человек. Гвинея-Бисау является членом международного интеграционного объединения ЭКОВАС (Экономического сообщества западноафриканских государств). За счёт участия в интеграции Гвинея-Бисау имеет доступ к большому рынку с населением более 80 миллионов человек.

© Бернардо И. В., 2020

Экономика страны характеризуется слабым вторичным и третичным секторами, а также зарождающимся частным сектором, который не позволяет пока в должной мере стимулировать эффективность воспроизводственных процессов и воспользоваться возможностями регионального рынка [6].

Основным видом деятельности в Гвинее-Бисау является сельское хозяйство, в т. ч. орехи кешью являются основным экспортным продуктом.

Гвинейский фонд развития промышленного бизнеса (Fundei) – это общественное учреждение, основная цель которого – продвижение микро-, малых и средних промышленных компаний. С настоящего момента в Fundei было получено более 800 запросов на техническую и финансовую помощь для создания, расширения и реабилитации малых и средних компаний [5].

Проблемой страны является теневая экономика, что затрудняет управление общественным производством. По оценкам, неформальная экономика составляет от 60 % до 70 % ВВП, и в ней занято подавляющее большинство населения. 20 % населения, не занятого в сельском хозяйстве Гвинеи-Бисау, – это работающие в неформальных микро- или малых компаниях, в основном в сфере торговли и транспорта [4].

Деловая среда более сложная, чем в соседних странах. В отчете Всемирного банка «Ведение бизнеса» за 2017 год Гвинея-Бисау находится в 172-м месте из 189, в основном из-за политической нестабильности, отсутствия «прозрачности» в условиях функционирования бизнеса, длительных бюрократических процедур по открытию предприятий, а также множества неэффективных институтов, взаимодействующих с частным сектором, но не стимулирующих его динамичное развитие.

Ряд процедур, которые необходимо соблюдать для того, чтобы открыть своё дело и создать условия, чтобы компания заработала, могут занять много времени, а связанные с этим затраты и задержки часто бывают высокими, что препятствуют развитию частного предпринимательства. Это верно как для национальных, так и для международных предпринимателей. Поэтому недостатки в нормативно-правовой базе можно считать главным фактором, сдерживающим ведение бизнеса в Гвинее-Бисау, инвестиции и рост в частном секторе.

Слабо развит и сектор предпринимательских услуг. Те, кто живет за пределами столицы, находятся в невыгодном положении из-за полного отсутствия нотариальных услуг, без которых невозможно зарегистрировать компанию.

Процедуры, требуемые при регистрации, основаны на идее, что государство должно контролировать и регулировать инвестиции во всех сферах экономики. Многие из этих мер контроля требуют дорогостоящих бюрократических процедур, которые нецелесообразны с точки зрения стимулирования эффективного развития [1].

Такая ситуация в Гвинее-Бисау сохраняется, несмотря на то, что страна присоединилась к программе по реализации положений Организации по гармонизации предпринимательского права в Африке (OHADA), которая предполагает «процедурам примирения» для компаний, испытывающих финансовые трудности, упрощенные процедуры превентивных платежей для малых предприятий [2]. Закон устанавливает, что предприниматели, соответствующие определению «Entrepreneur», могут начать свою деятельность с простой декларации и подлежат упрощенному учету, т. к. предприимчивые граждане, начиная бизнес, сами берут на себя все риски, связанные с его ведением.

Закон OHADA устанавливает следующие максимальные объемы бизнеса в определении предпринимателя: 30 миллионов африканских франков для торгового сектора, 20 миллионов африканских франков для ремесел и 10 миллионов африканских франков для услуг [4].

Африканский франк (фр. franc CFA) – это денежная единица бывших французских владений в Западной и Центральной Африке. В настоящее время это единое наименование двух денежных единиц 14 африканских государств, которые входят в валютную зону франка (франка КФА ВЕАС и франка КФА ВСЕАО). На текущий момент курс франка КФА к рублю составляет примерно 0,14 рубля. Обменный курс африканского франка к евро – 655,957 африканских франков за 1 евро; к доллару – 552,41 франка КФА за 1 доллар США (USD).

Согласно Инвестиционному кодексу Гвиней-Бисау, любая компания, чья инвестиционная программа составляет от 5 млн франков КФА, но не более 50 млн франков КФА, считается от-

носящейся к малому и среднему бизнесу. Дополнительное условие – количество постоянных рабочих мест. Для предприятий малого и среднего бизнеса оно должно быть от трех до пятидесяти. Кроме того, компания должна вести бухгалтерский учет в соответствии с Западноафриканской системой бухгалтерского учета (Siscoa) и/или Системой бухгалтерского учета Организации для гармонизации предпринимательского права в Африке (OHADA) [5].

Согласно данным Всемирного банка о простоте ведения бизнеса, Гвинея-Бисау занимает очень низкое место в общем рейтинге с точки зрения международно признанных мер по эффективному государственному влиянию на экономику. Об этом свидетельствуют и следующие факты. Доступ к электричеству как движущей силе промышленного развития остаётся недостаточным и по всей стране только 20 % населения имеет доступ к электроэнергии. Сеть электроснабжения устарела, а технические и коммерческие потери составляют около 50 %. Тарифы на электроэнергию являются одними из самых высоких в регионе. Услуги по обеспечению электроэнергией являются очень дорогими, что также тормозит развитие промышленного производства на базе современного оборудования [2].

Финансовый сектор не имеет стимулов для расширения, и уровень его развития в Гвинее-Бисау не отражает важность финансовой системы для экономики страны. Только половина компаний в Гвинее-Бисау имеют банковские счета, менее 5 % компаний имеют банковскую ссуду или кредитную линию. В соседних странах западной Африки эта доля выше и средний показатель по использованию кредитных ресурсов банков составляет около 30 % [3].

Слабое использование заёмных средств для развития бизнеса в Гвинее-Бисау связано не только с тем, что недостаточно возможностей прибыльного использования средств, но и с тем, что большинство ссуд требуют высокого залога, и активы местных компаний имеют недостаточно высокое качество, оцениваются как низколиквидные, и потому взять под их залог кредит часто бывает проблематичным.

Средняя базовая ставка и максимальная кредитная ставка в банках Гвинеи-Бисау составляет 9,5 % и 14 %, соответственно.

Разница в этих ставках между банками небольшая из-за ограниченного числа банков в стране. В результате действующая система банковского кредитования составляет лишь небольшую часть корпоративного инвестиционного финансирования. Доминирующим источником инвестиционного финансирования является акционерный капитал [3].

Важным фактором стимулирования деловой активности в любой стране считается развитая транспортная инфраструктура. Это рассматривается как условие обеспечения непрерывности производства и поддержки развития промышленного сектора. Но для Гвинеи-Бисау развитие транспортной инфраструктуры является серьезной проблемой. Государственные органы не имеют программ развития этого сектора экономики ввиду ограниченности финансовой базы и высокой капиталоемкости инфраструктурных проектов.

Это явилось причиной того, что торговая интеграция с остальными странами региона развивается медленно и интеграционные планы осуществляются со значительными задержками. В результате немногие компании в Гвинеи-Бисау занимаются экспортной деятельностью и коммерческая эффективность экспорта низкая [2].

Несмотря на имеющиеся возможности для развития бизнеса за счет природных ресурсов, географического положения с наличием выхода к океанским транспортным путям и возможностями развития торговых отношений с соседними государствами и более удаленными странами, обеспечивающими обширный рынок сбыта продукции, развитие бизнеса в виде малых и средних компаний в Гвинеи-Бисау отстает от большинства других стран.

Основные факторы, препятствующие прогрессивному развитию малого и среднего бизнеса в Гвинеи-Бисау это недостаток финансовых ресурсов, в т. ч. иностранных инвестиций, политическая нестабильность, низкий уровень развития инфраструктуры, транспорта, энергетики, информационных технологий и технологических наук, а также человеческий фактор. Поэтому динамичному развитию малого и среднего бизнеса на гвинейском рынке мешает целый комплекс неблагоприятных факторов.

Библиографический список

1. Guiné-Bissau // Para além de Castanha de Caju: Diversificação através do comércio. URL: https://www.enhancedif.org/fr/system/files/uploads/guinea-bissau_dtis_portuguese.pdf (дата обращения: 21.11.2020).
2. Guiné-Bissau // Relatório sobre progresso na implementação do programa de acção de Istambul na Guiné-Bissau. URL: <http://www.ipoareview.org/wp-content/uploads/2016/04/REPORT-GUINEA-BISSAU.pdf> (дата обращения: 21.11.2020).
3. International Monetary Fund // Relatório do FMI № 15/195. URL: <https://www.imf.org/external/lang/portuguese/pubs/ft/SCR/2015/cr15195p.pdf> (дата обращения: 21.11.2020).
4. Ministério da Economia e Finanças // Projecto de Reabilitação do Sector Privado e apoio ao Desenvolvimento Agroindustrial. URL: <http://novafrica.org/wp-content/uploads/2017/02/Other-Opportunities-Consultor-Individual.pdf> (дата обращения: 21.11.2020).
5. Observatório Internacional // Pequenas e Médias Empresas na Guiné-Bissau. URL: [file:///C:/Users/hpism/Downloads/Guine %20\(8\).pdf](file:///C:/Users/hpism/Downloads/Guine%20(8).pdf) (дата обращения: 21.11.2020).
6. Yannis ARVANITIS., Luca MONGE ROFFARELLO. Inacio IE // Guiné-Bissau 2017. URL: <https://www.oecdilibrary.org/docserver/978926427870736pt.pdf?expires=1605926891&id=id&accname=guest&checksum=3B46A1CC445C60DA06B5BE772ECC6C5D> (дата обращения: 21.11.2020).

УДК 336.7

Т. М. Малёнкина, З. Д. Гаджиева

СОВРЕМЕННЫЕ БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ: АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ

Статья посвящена анализу современного состояния банковских продуктов, проблемам в стране и в мире, которые повлияли на спрос на банковские услуги. Рассмотрены современные тенденции и особенности развития рынка дистанционных банковских услуг. Выявлены факторы, влияющие на оказание банковских услуг, а также направления модернизации.

© Малёнкина Т. М., Гаджиева З. Д., 2020

Ключевые слова: банковский продукт, банковская услуга, коммерческий банк, пандемия коронавирусной инфекции.

T. M. Malenkina, Z. D. Gadzhieva

MODERN BANKING PRODUCTS: ANALYSIS OF THE MODERN STATE AND DIRECTIONS OF MODERNIZATION

The article analyzes the current state of banking products, problems in the country and in the world that have affected the demand for banking services. Modern trends and features of the development of the remote banking services market are considered. Factors affecting the provision of banking services, as well as areas of modernization are identified.

Key words: banking product, banking service, commercial bank, coronavirus pandemic.

Банковская услуга – это благо, предоставляемое банком в форме деятельности его сотрудников, или, иначе – это операция банка, совершаемая с целью удовлетворения потребностей клиентов. Совокупность банковских операций и сделок, направленных на удовлетворение конкретной потребности клиента, закрепленную банковскими регламентами и имеющую определенные качественные, количественные и ценовые параметры, называют банковским продуктом [6]. Банковские услуги играют важную роль в кредитно-финансовой системе государства. Благодаря этому, осуществляется рациональное перемещение денежных средств. Данный сервис включает в себя различные финансовые операции – применительно как к банковским активам, так и к пассивам. Деятельность банка по обслуживанию клиентов традиционно разделяется на коммерческий и розничный (неторговый) секторы. Такое деление основывается на различных подходах к ведению дел в указанных областях. Более того, оба вида деятельности способны функционировать сами по себе и часто существуют параллельно в виде отдельных банков с общими собственниками. Суть банковских услуг заключается в обращении денежных средств, осуществляемых в различных качествах и формах. Основная цель банковской организации – максимизировать прибыль, удовлетворяя потребности клиентов в финан-

совых услугах. Рынок банковских услуг формируется за счет спроса со стороны физических и юридических лиц, а также конкурентного предложения банков. Банковские услуги могут оказывать не только банки, но и финансовые и промышленные организации, торговые компании, агентства. Из-за высокой конкуренции на рынке банки также предлагают своим клиентам небанковские виды услуг, в основном консалтинговые. Банковские услуги можно классифицировать по их основным характеристикам. Прежде всего, они делятся на:

- розничные услуги (для физических лиц);
- корпоративные услуги (для юридических лиц);
- межбанковские услуги (для других коммерческих банков);
- государственные услуги (для государства).

Традиционные банковские услуги в России обычно делят на три группы: депозитные, кредитные и расчетные.

Депозитные услуги – это вклад. Отличаются вклады между собой сроком, суммой и начисляемыми процентами. Кредитные же в свою очередь отличаются по целям и подразделяются на потребительские кредиты, ипотечные, автокредиты и кредитные карты. К таким видам услуги, как расчетные, относятся обмен валюты, прием платежей от граждан, денежные переводы и др. Сравнивая услуги коммерческих зарубежных банков с российскими, сразу видно, что они ушли далеко вперед, да и история банков развития за рубежом началась намного раньше. Их рынок банковских услуг намного шире. К факторам, влияющим на рост и развитие банковских услуг, и всего банковского сектора в нашей стране в целом относятся, доходы и занятость населения, конкуренция на рынке банковских услуг, нормативно-правовое регулирование и экономика страны в целом. Так же не последнее место на развитие банковских услуг повлиял технический прогресс.

Проблемы занятости населения напрямую зависят от доходов населения, в свою очередь от доходов населения зависит количество сбережений, а это напрямую связано с развитием банковских операций в сфере депозитных и кредитных услуг.

Конкуренция способствует расширению и развитию банковских услуг и их подвидов, так как банки для привлечения входного потока клиентов предлагают все более и более выгод-

ные условия. Основной целью банковских продуктов и услуг является полное удовлетворение запроса клиента, а также получение запланированной прибыли. Например, проценты, предоставляемые банком по вкладу, являются продуктом, а постоянный доход клиента, как процент, является услугой.

Список основных продуктов банка [2]:

1. Коммерческие ценные бумаги (векселя) и ссуды для предприятий (предоставление наличных ссуд для производителей товаров, продающих банку обязательства покупателей этих товаров по оплате долгов, что позволяет быстро распределять денежные средства).

2. Обменные операции с валютой (банк продает одну валюту за другую, и при этом комиссия взимается).

3. Сберегательные вклады (банк принимает деньги или ценные бумаги клиента в обращение в виде депозита, и клиент получает с этого процент, таким образом, банк решает проблему поиска дополнительных финансовых ресурсов для себя).

4. Вклады «до востребования» (клиент-вкладчик имеет право выписать чек на приобретенные услуги и товары, и банк оплачивает этот чек).

5. Акты, подтверждающие тот факт, что клиент передал в банк личные ценности (сама процедура хранения считается услугой).

6. Банк приобретает денежные облигации в значительном размере в виде займа правительству, которые составляют значительную часть депозитов.

7. Кредитный договор (это банковский продукт, который определяет отношения банка-кредитора с заемщиком; сам кредит для потребителя, это услуга).

Отдельно стоит отметить развитие интернет-банкинга.

Сегодня не многие банки остаются без сегмента онлайн-услуг. Все больше и больше маркетологов осознают, что можно спровоцировать спрос на их продукцию не только путем привлечения аудитории в отделы, но и предлагая им услуги немедленно и мгновенно, то есть онлайн.

Особое внимание следует уделить развитию научно-технического прогресса, так как это, несомненно, влияет на развитие и совершенствование розничных банковских услуг.

Сегодня банки все чаще выбирают электронные каналы для продвижения и рекламирования своих услуг. Не секрет, что в последнее время тенденция сводится к тому, что банки стремятся сократить свои расходы на определенные операции. Стратегия модернизации ярко выражена в стремлении банков к максимальной автоматизации некоторых банковских операций, для снижения затрат и уменьшения стоимости той или иной услуги для самого клиента. Безусловно клиенты выбирают те банки, которые могут удовлетворить потребности с наименьшими затратами таких ресурсов, как время и деньги. Но в виду менталитета российских граждан и низкой финансовой грамотности, все же остается и такая группа клиентов, которая не доверяет, например оплату кредита или услуг ЖКХ электронным устройствам и пользуются услугами лишь только живых людей (сотрудников банка), так как это им дает больше уверенности в том, что их платежи дойдут до места назначения. И конечно же многие специалисты отмечают, что степень текущей автоматизации находится на низком уровне и на сегодняшний день перед банками стоит задачи ее улучшения и новизны [4].

Среди распространенных на данный момент способов предоставления банковских услуг в нашей стране является дистанционное банковское обслуживание или по-другому «интернет-банкинг». С внедрением такой услуги, как «клиент-банк», многие юридические лица получили возможность совершать операции в своей сфере деятельности, «не выходя из кабинета».

Таким образом, следует отметить, что научно-технический прогресс оказывает влияние на все сферы деятельности человека и, в том числе, и на развитие банковской системы в сфере предоставления населению розничных банковских услуг.

Научно-технический прогресс способствует модернизации и созданию новых современных банковских услуг. Все больше и больше банками внедряются такие услуги как интернет-банкинг, дистанционно банковское обслуживание, онлайн платежи. И хотя не так давно, клиенты скептически относились, к новшествам и к услугам, проходившим через всемирную сеть интернет, то теперь все чаще стали доверять и пользоваться данными видами услуги. Во-первых, это удобно, не нужно ехать в отделение банка и стоять в очередях, во-вторых, это быстро, что

тоже очень важно для современного потребителя [5]. Задачей банковских услуг является поиск новых идей. Сотрудники отдела маркетинга подробно отслеживают варианты создания свежих предложений для клиентов. В этом случае, конечно, принимаются во внимание конкретные меры, поскольку затраченные ресурсы приносят ожидаемое увеличение доходов банка. Однако клиенты получают полное удовлетворение своих потребностей. После подготовительных действий популярные банковские продукты разрабатываются, внедряются и тестируются. В ходе этой работы клиенты уже получают личные выгоды, которые должны удовлетворить их собственные потребности. На этом этапе готовятся соответствующие документы, проводится набор сотрудников в группы, разрабатываются компьютерные программы, выполняются операции и т. д. В условиях тестирования нововведений продукт или услуга сразу не предлагаются значительному кругу покупателей. Это требуется банком для проверки реакции людей и спроса на предложение. В случае успешной пробной реализации, банковский продукт «разливается» в массы и начинает развиваться в полную силу.

Также необходимо знать, что каждому продукту банка предоставляется срок действия. Каждый продукт банка «проходит» периоды внедрения и роста, зрелости и спада. Последний этап часто связан с падением спроса.

Современные тенденции и особенности развития рынка дистанционных банковских услуг, как показывает статистика, формируются потребностями пользователей, непосредственно банков, предоставляющих услуги управления финансами клиентам через дистанционные каналы обслуживания, изменениями рынка информационных технологий. А также, помимо основных факторов, оказывающих воздействие на рынок интернет-банкинга, оказывают влияние изменения нормативно-правовой базы, особенности финансово-экономической ситуации в стране, IT-инфраструктурные региональные особенности и пр. [3]. Широко и очень быстро растут банки России в направлении информационного банковского сервиса. Ключевое место в деле российских банков имеет дистанционное банковское обслуживание. Клиенты совершают операции по банку, не приходя в него, используют различные формы возможностей. У такого

обслуживания лежит принцип обмена информацией между банком и клиентом с обеспечением уровня конфиденциальности и безопасности. Главным преимуществом ДБО является использование: мобильных устройств, интернета, планшетов и терминалов. Существует 5 видов дистанционного банковского обслуживания: «Клиент Банк» – банковская система, Телефонный-банкинг, Мобильный-банкинг, Смс-банкинг, Интернет-банкинг [1]. Рассмотрим их особенности.

1. «Клиент Банк» – банковская система. Система удаленного взаимодействия Клиент-Банк представляет собой программный комплекс на базе автоматизированной системы расчетов, осуществляемых посредством различных каналов электронной связи. Она позволяет клиентам проводить одно-временную обработку банковских документов с рабочих мест, находящихся на удалении друг от друга. Обмен информацией происходит посредством телефонной или компьютерной связи.

2. Телефонный-банкинг. Телефонный-банкинг представляет собой разновидность дистанционного банковского обслуживания, при котором клиент получает банковские услуги посредством использования возможностей телефонов. Используя систему телефонного банкинга, клиент может получать как информационные услуги от банка, так и управлять средствами на своих счетах.

3. Мобильный-банкинг. Мобильный банк – это спектр банковских услуг, представляющих собой СМС-информирование, а также Интернет-сервис, которые делают доступ к банковскому счету клиента удобным посредством мобильной связи (смартфон, планшет, стационарный компьютер). В любое время и в любом месте клиенту открыт доступ для осуществления различных операций со счетом, а также получение дополнительной информации по нему [4].

4. СМС-банкинг. SMS-банкинг похожий сервис для операций с банковским счетом. Разница состоит лишь в том, что для подключения данной услуги не нужно устанавливать программное обеспечение на мобильный телефон. SMS-банкинг – это особый вид банковского обслуживания, когда клиент «общается» с банком через мобильный телефон посредством SMS-сообщений. Человек может получать интересующую его

информацию по карте и осуществлять операции со своего карточного счета, не обращаясь при этом в офис финансового учреждения.

5. Интернет-банкинг. Интернет-банкинг – сервис, предоставляемый большинством банков, с помощью которого клиент, не выходя из дома, может совершать разнообразные банковские операции. Функциональность интернет-банка зависит от банка, предоставляющего данный сервис.

В наиболее продвинутых финансовых учреждениях с помощью интернет-банка можно проверять состояния банковских счетов (зарплатных, текущих, кредитных, счетов вкладов), формировать выписки по счетам за определенный период, например за текущий месяц или за квартал. Осуществлять переводы денежных средств с одного счета на другой, например, с зарплатного счета на погашение кредита или на пополнение вклада, а также переводить средства на счета в другие банки. Очень востребованной среди клиентов является и платежи, от простого пополнения баланса телефона до оплаты услуг ЖКХ, налогов и штрафов. Также некоторые кредитные организации позволяют через интернет банк открывать вклады, заказывать или блокировать кредитные карты и даже оформлять кредиты.

На текущий момент наиболее функциональными интернет-банкинговыми системами являются мультибанковские системы HandyBank и Faktura.ru (данные системы предлагают, как правило, небольшие или региональные банки, которые не могут разработать собственную систему интернет-банкинга). Также одни из лучших систем интернет-банкингов предоставляют Тинькофф, Банк24.ру, АЛЬФА-БАНК, СКБ-Банк, Сбербанк и Русский Стандарт [4].

Большинство привычных банковских операций можно осуществлять дистанционно, и, что удивительно, интернет-банкинг предоставляется на бесплатной основе, все потому, что он удобен не только клиентам, но и банку, так как позволяет существенно разгрузить отделение и специалистов банка от проведения рутинных операций, а значит, сокращает издержки банка.

Кроме того, все платежи, совершаемые через интернет-банкинг, также осуществляются либо бесплатно (внутрибанков-

ские платежи, оплата сотовой связи, коммунальные услуги, налоги), либо с комиссией, но меньшей, чем бы вы заплатили, обратившись в отделение банка. Поэтому, интернет-банк не только удобен, но и экономически выгоден. В настоящее время весь мир находится в сложной политической и экономической ситуации. Наряду со всеми страдает и сфера банковских услуг. Таким образом, можно актуализировать для современной действительности факторы, влияющие на оказание банковских услуг. К факторам, влияющим на оказание банковских услуг, в настоящее время относятся:

1. Сложная политическая ситуация.

При нынешней политической ситуации население других стран, в особенности стран Прибалтики, негативно относятся к нашей стране и к товарам, производители которой из России. Поэтому, у субъектов малого предпринимательства возникают проблемы со спросом на продукцию за рубежом. Это приводит к сокращению продаж, а следовательно, и выручки. Чистая прибыль сокращается, активы уменьшаются, и финансовая отчетность, которую субъекты малого бизнеса предоставляют в банк для получения кредита, не позволяет банку одобрить достаточную ссуду для развития бизнеса малого предприятия.

Как всем известно, санкции со стороны США и Евросоюза привели к ответной реакции в виде продуктового эмбарго, а также отказ российских потребителей от большинства импортных товаров, заменяя их отечественными. В связи с этим, число российских производителей увеличилось, что привело к острой конкурентной борьбе на внутреннем рынке, из-за которой субъектам малого бизнеса очень непросто функционировать. Следствием этого можно ожидать сокращение продаж, а, следовательно, и выручки. Чистая прибыль сокращается, активы уменьшаются, и финансовая отчетность, которую субъекты малого бизнеса предоставляют в банк для получения кредита, не позволяет банку одобрить достаточную ссуду для развития бизнеса малого предприятия.

2. Рост курса валют.

С тех пор, как обострилась политическая ситуация в мире, курс доллара и евро стремительно выросли по отношению к рублю.

Среди ключевых факторов эксперты упоминают:

- риски снижения цен на нефть на фоне роста активности сланцевых производителей в США;
- ужесточение антироссийских санкций со стороны США;
- изменение денежно-кредитной политики Центробанков России и США.

Кроме того, ситуация с пандемией по коронавирусу также поспособствовала резкому росту валют.

Рост курса доллара и евро приводит к росту стоимости на импортное оборудование (основные средства), необходимые для эффективного производства. Из-за этого многие субъекты малого бизнеса не могут себе позволить приобрести новое оборудование, а часть старого необходимо списывать по истечению срока эксплуатации (при 100 % амортизации).

Недостаточный уровень фондовооруженности предприятий малого бизнеса не способствует повышению экономической эффективности сектора малого предпринимательства из-за его низкой производительности труда и сдерживает кредитование малого предпринимательства под залог основных средств.

3. Уровень жизни населения.

В настоящее время происходит снижение уровня жизни населения. С каждым годом все больше и больше россиян оказываются за чертой бедности и просто не могут себе позволить приобретать те или иные товары и услуги. Это ведет к уменьшению спроса на продукцию субъектов малого бизнеса, а, следовательно, и уменьшению финансовых показателей, что негативно влияет на решение банка в одобрении выдачи кредита.

Кроме того, физические лица также отказываются от многих банковских продуктов по причине того, что не могут себе их позволить.

4. Высокая стоимость кредита для субъектов малого предпринимательства.

Малый бизнес традиционно считается зоной риска, поэтому банки, передавая компаниям средства в долг, для себя создают стопроцентные резервы, учитывая при этом, как много денег было потрачено, чтобы проверить надёжность этого заемщика. Все эти расходы также заложены в стоимость кредита, который придется возвращать.

Большие процентные ставки обусловлены значительными рисками в секторе кредитования малого бизнеса. Особенностью кредитования малого бизнеса в России является относительно короткий срок существования малого предпринимательства, и, как следствие, отсутствие достаточной статистической базы для расчета рисков. Удорожанию кредитов способствуют также высокие издержки на обработку одного клиента при небольших суммах займов. Существенное влияние на условия кредитования малого бизнеса в России оказывает текущая экономическая ситуация. Если рассмотреть структуру МСБ, то более 80 % занимает доля микробизнеса, наименее устойчивого к экономическим потрясениям. У этого сектора практически все средства в обороте, велика зависимость от курса валют и платежеспособности населения, тонка финансовая «подушка безопасности». Соответственно, финансирование таких компаний влечет серьезные риски невозврата кредита. Для того чтобы компенсировать риск невозврата кредита, банки вынуждены сокращать программы кредитования или повышать ставки, которые становятся «неподъемными» для предприятий с ограниченной рентабельностью. И предприниматели, реалистично оценивающие свои возможности, предпочитают не увеличивать долговую нагрузку бизнеса и зачастую откладывают на «потом» проекты, требующие дополнительного финансирования. В ситуации ограниченного спроса и предложения, банкам становятся особенно интересны немногочисленные добросовестные заемщики из сектора малого и среднего бизнеса, и предложение финансирования переориентируется на «знакомых», действующих клиентов с активной работой по расчетному счету и кредитной историей в банке обслуживания. На смену массовому охвату рынка «кредитными фабриками» приходит индивидуальная работа по удержанию целевых клиентов и кросс-продажам кредитных продуктов с экспертной оценкой заемщика.

5. Пандемия коронавируса.

Паника вокруг коронавируса способствовала повышению курса доллара к рублю.

В марте и апреле на курс рубля будут влиять два взаимозависимых фактора – эпидемия коронавируса и нефтяные котировки. Российская экономика тесно связана с экономикой Китая,

который поставляет нам более 20 % товаров разных групп. Из-за закрытых границ между странами и мощного карантина торговля терпит убытки, что негативно отразится на темпах роста экономики КНР и приведёт к падению курса валют развивающихся стран. Соответствующие данные будут опубликованы в марте. Если снижение окажется существенным, оно может отбросить российскую валюту на уровень 64–66 рублей за доллар.

Кроме того, пандемия коронавируса повлекла за собой введение режима повышенной готовности к чрезвычайной ситуации и самоизоляции. Люди массово потеряли работу. Недобросовестные работодатели вместо того, чтобы исполнять распоряжения президента по сохранению заработной платы сотрудникам просто отправили своих работников в бессрочные неоплачиваемые отпуска. А некоторые просто поувольняли свой персонал. Люди остались без заработка, но с платежами по действующим кредитам. В большинстве случаев никакой отсрочки банки не предоставляют, и, как следствие, увеличились просрочки по кредитам.

Кроме того, многие граждане закрыли свои депозиты в банках. Во-первых, по причине того, что остались без средств к существованию. Во-вторых, из-за слухов касательно выкупа акций Сбербанка Минфином РФ. Таким образом, высокие процентные ставки в секторе кредитования обусловлены:

- большим риском невозврата кредита;
- высокими издержками на обработку одной заявки;
- недостаточной статистической базой для оценки рисков;
- сложной экономической ситуацией в стране;
- пандемией коронавируса.

Пандемия коронавируса привела к падению доходов россиян, потере работы и росту числа бедных. Все это отразилось и на сфере банковских продуктов. Спрос на самые популярные из них упал, банковские риски выросли, и в ближайшее время ситуация не изменится.

С целью увеличения спроса на банковские продукты, необходимо модернизировать некоторые из них. В частности, в настоящее время необходимо увеличить кредитование субъектов малого и среднего бизнеса для поддержания их деятельности. Это позволит им выплатить зарплаты своим работникам,

которым не придется закрывать свои депозиты в банках и которые смогут вовремя погашать свои кредитные обязательства.

Нами были актуализированы факторы, влияющие на кредитование малого и среднего бизнеса в современных условиях. Кредитование малого и среднего бизнеса является приоритетом для многих банков. Банки работают над тем, чтобы сделать бизнес своих клиентов более эффективным. Мы разработали фундаментальные характеристики долгосрочного кредитования малого бизнеса на основе клиентоориентированного подхода, и сфера его применения оправдана. Предлагается ввести новый кредитный продукт банкам для малого бизнеса, так называемый «Старт Малого бизнеса». Получить кредит можно без залога, при условии наличия поручителей, без первоначального взноса. Ставка 10–11 % годовых. Сумма от 100 тыс. р. до 3 млн р. Срок кредита составляет 6–120 месяцев.

Особенностью этого продукта будет то, что, во-первых, он уникален, а во-вторых, срок кредита увеличен до 10 лет.

Чтобы получить такой кредитный продукт, малый бизнес должен:

- зарегистрировать свою компанию и предоставить документы в банк;
- составить подробный бизнес-план на срок 5–10 лет, в зависимости от срока кредита;
- привлечь гарантов/поручителей;
- предоставить стандартный пакет документов физического лица.

Данная программа будет включать страхование жизни и здоровья как заемщика, так и поручителя.

Этот продукт может быть внедрен всеми крупнейшими банками Российской Федерации, занимающимися кредитованием малого бизнеса: Сбербанком России, Россельхозбанком, Банком ВТБ, Газпромбанком и другими. На наш взгляд данный продукт будет востребован, так как упрощена процедура подачи заявок, упрощены условия предоставления кредита, а также снижена процентная ставка и увеличен срок кредита. Часто бывает так, что субъект малого бизнеса берет стартовый капитал на бизнес в кредит и, не выдержав конкуренции, банкротится или «прогорает». Именно поэтому банки с неохотой дают такие

кредиты без залогового обеспечения. Однако можно найти выход. Предлагаем внедрить новый страховой продукт – Страхование банкротства. Этот страховой продукт будет предоставлен следующим образом. Страхование будет осуществляться на сумму выданного кредита, а в случае банкротства предприятия, а также банкротства поручителя страховая компания перечисляет банку остаток задолженности заемщика. Чтобы защитить себя от преднамеренного или фиктивного банкротства до осуществления страховых выплат, служба безопасности банка должна будет проверить законность банкротства. Страховой продукт – стоимость кредита для малого бизнеса. Бенефициаром по договору будет являться кредитор (банк). В случае страхового случая страховщик выплачивает страховку в его пользу. Его размер составит всю сумму непогашенной задолженности, включая проценты по кредиту.

Совместное внедрение как кредитного, так и страхового продукта поможет банкам минимизировать кредитный риск, выдавать кредиты без первоначального взноса и без обеспечения, по сниженной процентной ставке и на более длительный период. И это, в свою очередь, привлечет новых заемщиков малого бизнеса, у которых нет средств для первоначального взноса или нет имущества, которое может быть заложено.

Библиографический список

1. *Бочкова Е. В., Назаренко В. А.* Интернет-банкинг как современная форма банковского обслуживания // Концепт : научно-методический электронный журнал. 2016. Т. 15. С. 826–830.
2. *Гришина Е. А.* Банковские продукты и услуги: современное состояние и перспективы развития в России // Финансы и Кредит. 2017. Т. 23. Вып. 39. С. 2346–2360.
3. *Кириченко Л. П., Булавенко О. А.* Система интернет-банкинга в России // Фундаментальные исследования. 2013. № 11. С. 991–995.
4. *Кудряшов В. С., Птицын Е. Ю.* Перспективы развития Интернет-банкинга как услуги коммерческого банка // *Juvenis scientia*. 2017. № 6. С. 18–21.
5. *Марченко М. А., Сазонов С. П.* Банковские услуги населению на современном этапе // Экономические науки. 2018. № 78-1. С. 5–7.
6. *Скоблева И. П., Романовский М. В., Попова Е. М.* Банковское дело: розничный бизнес. М. : Кнорус, 2016. 414 с.

Т. М. Малёнкина, А. М. Казанцева

ИНВЕСТИЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ГРАЖДАН РОССИИ В УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОСТИ

В настоящей статье проанализирована инвестиционная активность населения России в период глобальной экономической нестабильности в 2020 году. Исследовано влияние понижения процентных ставок ЦБ РФ на инвестиционные предпочтения граждан и переход к более привлекательным видам вложений – недвижимость и ценные бумаги. Сделаны выводы о состоянии рынка недвижимости и фондового рынка в стране в текущий период.

Ключевые слова: инвестиции, депозиты, недвижимость, фондовый рынок, пандемия, турбулентность

Т. М. Malenkina, A. M. Kazantseva

INVESTMENT ACTIVITY OF RUSSIAN CITIZENS IN CONDITIONS OF TURBULENCE

This article analyzes the investment activity of the Russian population during the period of global economic instability in 2020. The article examines the impact of lowering interest rates of the Central Bank of the Russian Federation on investment preferences of citizens and the transition to more attractive types of investments – real estate and securities. Conclusions are drawn about the state of the real estate market and the stock market in the country in the current period.

Key words: investments, deposits, real estate, stock market, pandemic, turbulence

В первом полугодии 2020 г. пандемия коронавируса нанесла серьезный урон экономикам практически всех стран. Падение ВВП РФ по итогам данного года может составить 4–5 %. Уровень безработицы в июле достиг 6,3 % от рабочей силы. За год, относительно июля 2019 г., численность безработных в России выросла на 40,6 % и составила 4,73 млн человек. Под влия-

нием экономических и социальных последствий кризиса уровень бедности в 2020 г., по оценке правительства, возрастет на 1 п. п., до 13,3 % от общей численности населения России.

В такой непростой ситуации падают доходы граждан и снижается их потребительская активность, в связи с этим государство принимает меры по стимулированию экономической активности населения, происходят выплаты из государственного бюджета нуждающимся категориям граждан и ряд других мер. Например, семьи с детьми в возрасте от 3 до 16 лет имели право на единовременную выплату в размере 10 000 р. на каждого рожденного или усыновленного ребенка, кроме этого с июля 2020 г. на детей, рожденных с 11.05.2004 г. по 30.06. г., назначалась новая единовременная выплата – 10 000 р., то есть граждане с детьми от 3 до 16 лет имели возможность дважды получить выплату в размере 10 000 р.

Однако, потребительская активность граждан зависит не только от количества денег «в кармане» на данный момент, но и склонности к накоплению. Глобальные кризисы всегда оказывают влияние на доходы населения, вследствие чего его поведение подвергается корректировке. Как правило, в этот период происходит снижение доходов большей части населения, ввиду сокращения производства, повышения уровня безработицы и т. д. В этом случае происходит отказ от потребительской модели поведения в пользу сберегательной. Изменения в стратегии поведения населения – это одна из форм адаптации населения к кризису. Например, население привыкло хранить свои сбережения в банках на срочных счетах. В 2020 г. в силу непростой ситуации государство решило ограничить граждан в получении дохода от своих сбережений на срочных счетах в банках, чтобы тем самым стимулировать перераспределение свободных денежных средств у граждан в иные области, отличные от депозитных накоплений.

Сейчас в российских банках насчитывается 5,9 млн счетов физических лиц на сумму свыше 1 млн р., что составляет 1 % от общего количества счетов [5]. Общий объем средств на этих счетах составляет 17,95 трлн р., или 57 % от общего объема средств на всех счетах. Это достаточная весомая сумма, поэтому было принято решение о налогообложении с доходов по таким

вкладам. Налог на доходы физических лиц (далее НДФЛ) в размере 13 % будет взиматься с суммы процентов по всем вкладам (остаткам на счетах) в российских банках, которая превышает доход, равный 1 млн р. умноженному на ключевую ставку ЦБ. Это нововведение вступит в силу с 1 января 2021 г.

Кроме этого, на данный момент ключевая ставка ЦБ РФ постепенно снижается, так, с начала года произошло понижение ставки рефинансирования на 2 п. п. до значения 4,25 %.



Рис. 1. Изменение ключевой ставки ЦБ РФ с начала 2020 года

Изменение ставки Центрального банка напрямую влияет на ставки по депозитам в коммерческих банках, при снижении первого показателя, снижается и второй.

Средняя максимальная ставка по рублевым вкладам у крупнейших банков России в первой декаде октября ускорила снижение, свидетельствуют данные Банка России. По данным регулятора, она снизилась с 4,396 % годовых в третьей декаде сентября до 4,326 %, самого низкого значения с 2009 г. Инфляция же в РФ по итогам 2020 г., вероятно, будет ближе к верхней границе прогнозного диапазона 3,9–4,2 %, говорится в бюллетене «О чем говорят тренды», подготовленном департаментом исследования и прогнозирования Банка России [3]. Таким образом, доходность по депозитам едва ли покрывает инфляцию. Данный

фактор наряду с ограничениями в части доходности от депозитов свыше 1 млн р. служит стимулом к уходу с депозитного рынка. Из-за снижения предполагаемой доходности по вкладам, граждане стремятся найти более привлекательные инструменты для сбережений в части доходности. Таким образом, **становятся привлекательными два основных вида вложений – недвижимость и ценные бумаги.**

Так, рынок недвижимости за 2020 г. демонстрирует колоссальный рост в части спроса и повышения цен на м², граждане стремятся приобрести недвижимость, чтобы перевести свои денежные средства во что-то реальное и избежать их обесценивания. Такие опасения вполне оправданы, так как во всем мире наблюдается напряженная обстановка, в том числе, и в части экономического развития. Из-за непростой ситуации с пандемией коронавируса многие страны констатируют кризисную ситуацию в своей экономике, девальвацию валюты и повышение риска дефолта.

Российская Федерация является зависимой экономикой на международной арене, особенно по части нефтяных котировок, которые в последний год касаются исторически низких пределов, что негативно сказывается на экономике страны и состоянию бюджета, 39,3 % которого приходится на доходы именно от нефтегазового сектора экономики [1]. 10 марта 2020 г. российская нефть упала в цене на 16,5 % (с 45,26 до 37,77 USD за баррель). В дальнейшем в течение марта нефть так же имела тенденцию на снижение и достигла самой низкой цены 24,92 USD за баррель [2]. «Черное золото» является основным фактором экономической устойчивости многих стран, в том числе и России, поэтому при изменении стоимости нефти курсы большинства валютных пар меняются и рубль ослабевает по отношению к доллару и евро. При этом, стоит отметить, что падении курса рубля отмечается повышение спроса на недвижимость. Вследствие этого по итогам года рост «квадрата» на регулярном рынке может составить до 4–5 %, а если национальная валюта продолжит ослабляться, то и до 6–7 %.

Исходя из аналитических данных федерального портала «Мир квартир» очевидным становится тот факт, что по итогам прошедшего квартала вторичное жилье подорожало в 61 из

70 городов с населением более 300 тыс. человек. Так, средняя цена квартиры выросла на 2,8 %. Лидером роста цен оказался Магнитогорск – там стоимость вторичного метра за последние три месяца увеличилась на 4,7 %, а средняя цена квартиры – и вовсе на 7,5 %. Далее в рейтинге идет Череповец (стоимость за квадратный метр выросла на 4,2 %), Севастополь (на 4,1 %) и Челябинск (на 3,9 %). На 3,4 % подорожали Москва, Нижний Новгород и Тольятти [7].

В целом, спрос на вторичные объекты недвижимости вырос на 56,8 и 45,8 % в сравнении с предыдущим кварталом и в течение года соответственно. Такой ажиотаж спровоцировал увеличение количества предложений со стороны продавцов – на 7,7 % за последний квартал.

Подобная динамика спроса и предложения привела к постепенному увеличению цен: так, по данным «Авито Недвижимость», средняя цена квадратного метра вторичного жилья в России с июля по сентябрь 2020 года повысилась на 6,1 % и достигла 61,9 тыс. р. [4].



Рис. 2. Изменение цены на недвижимость в России за 2010–2020 гг.

Кроме увеличения спроса на рынке недвижимости наблюдается и рост на фондовых рынках. Сама глава Центробанка Эльвира Набиуллина говорит: «Россияне в ближайшие годы заберут из российских банков несколько триллионов рублей для инвестиций в альтернативные финансовые инструменты».

В этом году наблюдается рекордный переток розничных средств в альтернативные инструменты сбережений, инструменты рынка капитала. По данным Московской биржи, в настоящий момент в России 7,5 млн частных инвесторов имеют доступ к фондовому рынку. В октябре брокерские счета открыли более 736 тыс. человек, что стало максимальным месячным показателем за всю историю, в целом, прирост розничных инвесторов с начала 2020 г. составил более 3,6 млн человек. В октябре активность частных инвесторов на бирже достигла рекордного уровня: сделки совершали более 1,2 млн человек.

В основном Граждане РФ активно приобретают ценные бумаги, облигации, золото и открывают индивидуальные инвестиционные счета (ИИС). Доля частных инвесторов в торгах акциями составила 43 % (34 % в 2019 г.), в общем объеме торгов облигациями – 16 % (в 2019 г. – в среднем 10 %). По итогам октября количество открытых индивидуальных инвестиционных счетов (ИИС) составило около 3,1 млн. С начала года открыто более 1,5 млн ИИС.

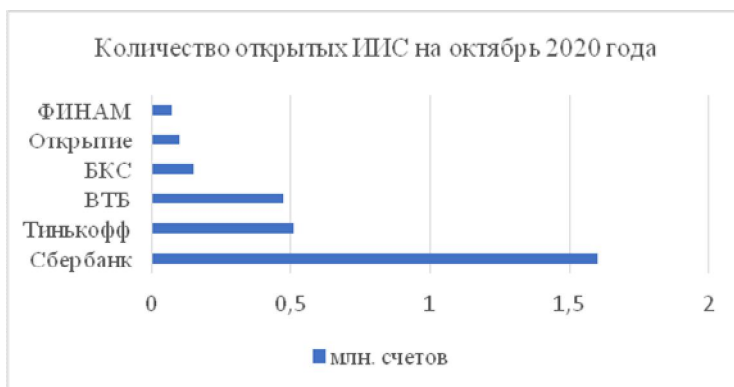


Рис. 3. Количество открытых ИИС на октябрь 2020 г.

Оборот по счетам ИИС за десять месяцев 2020 г. превысил 1,1 трлн р., в структуре оборота 86,2 % составили сделки с акциями, около 10 % – с облигациями, 3,6 % – с биржевыми фондами. Основная доля ИИС – 94,8 % – приходилась на брокер-

ские счета, 5,2 % составили счета доверительного управления (ИИС-ДУ).

Наибольшее количество ИИС среди банков открыто клиентами Сбербанка (1,6 млн счетов), Тинькофф Банка (508,9 тыс. счетов) и Банка ВТБ (472,6 тыс. счетов), среди брокерских компаний – клиентами БКС (150,1 тыс. счетов), «Открытие Брокер» (более 100,4 тыс. счетов), ФИНАМ (70,5 тыс. счетов).

По итогам октября 2020 г. в «Портфель частного инвестора» вошли обыкновенные и привилегированные акции Сбербанка (22,3 % и 8,7 % соответственно), акции Газпрома (21,3 %), ЛУКОЙЛа (12,1 %), Норникеля (11 %), Банка ВТБ (5,3 %), Аэрофлота (5,1 %), Яндекса (5,1 %), привилегированные акции Сургутнефтегаза (4,8 %), акции МТС (4,3 %).

Из иностранных ценных бумаг в «Портфель частного инвестора» по итогам октября вошли акции Apple (21,2 %), Boeing (16,3 %), Intel (14,2 %), Amazon (8,7 %), AT&T (7,6 %), Microsoft (7,1 %), NVIDIA (7,0 %), AMD Inc. (6,9 %), Facebook (5,9 %), Netflix (5,2 %) [6].

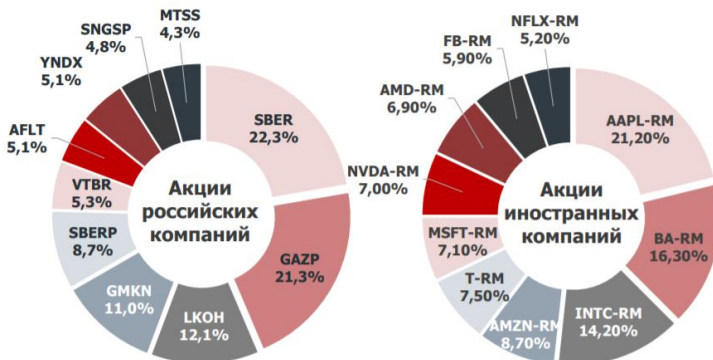


Рис. 4. Портфель частного инвестора за октябрь 2020 г.

Таким образом, наблюдается значительный прирост розничных инвесторов на фондовый рынок, при этом 79,5 % из них открывают ИИС и осуществляют торговлю на нем. Это связано с возможностью получения налоговой льготы. При получении

дохода от совершения сделок на бирже, гражданин обязан уплачивать НДФЛ, ИИС же в таком случае позволяет получить налоговый вычет до 52 тыс. рублей. Особенности этого счета не только в предоставлении возможности в части уменьшения налоговых выплат, но и определенные ограничения: Нельзя частично снять деньги с ИИС (только сразу все деньги с закрытием счета), при этом держатель счета, претендующий на налоговый вычет с подоходного налога, должен не закрывать счет в течение трех лет.

Такое ограничение связано с тем, что на фондовый рынок приходят в основном новички, который не знакомы с базовыми понятиями и правилами финансового рынка и в случае паники не вывели свои средства с рынка так быстро.

Прирост розничных инвесторов, хоть и на счета ИИС, имеет положительные стороны, так как прирост данных субъектов на фондовый рынок сейчас говорит о том, что через несколько лет, даже после уходе некоторой части инвесторов по истечению ограничений вывода средств с ИИС, на фондовом рынке увеличится волатильность таких простых инструментов, как акции и облигации, которой так не хватает рынкам сейчас. Это все служит огромным толчком для развития фондового рынка России и увеличению финансовой грамотности граждан, так как в зарубежных странах процент вовлеченности населения гораздо выше, чем в России, что является сдерживающим фактором экономического развития страны.

На основании вышеизложенного представляется возможным сделать вывод о том, что пандемия явилась фактором развития для финансовых рынков России: граждане начали понимать недостаточную доходность консервативных и привычных инструментов, таких, как вклады, которые едва покрывают инфляции, но в условиях кризиса и это ставится под вопрос. Низкая доходность стимулирует граждан узнавать и пробовать новые, более рискованные инструменты, но, хоть государство уже несколько лет и пытается осуществлять стимулирующие методы в области повышения финансовой грамотности населения и обучения граждан в управлении своими финансами, но при этом важно уделить особое внимание рискам, с которыми начинающие инвесторы столкнутся. Неграмотность в плане осознания

всех рисков, возникающих при совершении сделки, может привести к серьезным последствиям, в первую очередь, к убыткам инвесторов, а вследствие чего, и недоверию к государственным органам в части осуществления биржевой деятельности в стране. Ведь инвестиционное поведение населения выступает качественным показателем эффективности финансовых отношений частных лиц и государства.

Библиографический список

1. Бюджет для граждан. К федеральному закону о федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов // Официальный сайт Министерства финансов РФ. URL: https://www.minfin.ru/common/upload/library/2019/12/main/Budzhets_dlya_grazhdan_2020-2022.pdf (дата обращения: 12.11.2020).

2. Маленкина Т. М., Казанцева А. М. Российский финансовый сектор в условиях глобальной экономической нестабильности // Многоуровневое общественное производство: вопросы теории и практики. 2020. Вып. 18 (34). С. 16–21.

3. О чем говорят тренды, макроэкономика и рынки : бюллетень департамента исследований и прогнозирования // Банк России, 2020 год. URL: https://asros.ru/upload/iblock/297/O-chem-govoryat-trendy-_Vypusk-_4-_40_-_Iyul-2020_.pdf (дата обращения: 12.11.2020).

4. Официальный сайт Авито недвижимость. URL: <https://www.avito.ru/nedvizhimost> (дата обращения: 12.11.2020).

5. Официальный сайт Агентства по страхованию вкладов. URL: <https://www.asv.org.ru/> (дата обращения: 12.11.2020).

6. Официальный сайт Московской биржи. URL: <https://www.moex.com/> (дата обращения: 12.11.2020).

7. Официальный сайт федерального портала Мир квартир. URL: <https://www.mirkvartir.ru/journal/analytics/> (дата обращения: 12.11.2020).

Т. М. Малёнкина, А. Н. Ольховец

**КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА
РОССИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ
В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ**

В настоящей статье проанализированы изменения кредитной политики коммерческих банков, вызванных пандемией коронавирусной инфекции. Сделан вывод о необходимости совершенствования механизма кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях пандемии.

Ключевые слова: коммерческий банк, кредит, кредитные каникулы, льготное кредитование, реструктуризация.

Т. М. Malenkina, A. N. Olkhovets

**CREDIT POLICY OF RUSSIAN COMMERCIAL BANKS
IN THE CONTEXT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC**

This article analyzes changes in the credit policy of commercial banks. The conclusion is made about the need to improve the mechanism of lending to small and medium-sized businesses in the context of the pandemic.

Key words: commercial bank, credit, credit holidays, concessional lending, restructuring.

Неоспоримым является тот факт, что пандемия коронавирусной инфекции пагубным образом отразилась на экономиках всех стран мира, где Россия не является исключением. Введение режима повышенной готовности и самоизоляции привело к тому, что часть микропредприятий, малое и среднее предпринимательство претерпели колоссальные потери и издержки, что негативно отразилось на их функционировании в современных российских условиях. В условиях пандемии была скорректирована кредитная политика в сторону оказания помощи малому и

среднему предпринимательству, реструктуризации задолженности индивидуальных предпринимателей и физических лиц.

Благодаря разработанной и усовершенствованной кредитной политике коммерческих банков, субъекты малого и среднего предпринимательства, микропредприятия, получили дополнительный шанс на реализацию основных целей и задач.

Ввиду того, что многие компании, как и коммерческие банки, перешли на дистанционное обслуживание клиентов, то в России наблюдается резкое увеличение доли кредитов, оформленных онлайн. Обратим внимание, что в период месяцев апрель-июнь большинство банков значительно увеличило долю кредитов, оформленных в онлайн форме. Так, например, ПАО «РНКБ Банк» за два месяца увеличил долю кредитов, оформленных онлайн, до 70 %, тогда как в 2019 г. доля кредитов, оформленных онлайн составила только 23 % [7]. Примечательным является и кредитная политика ПАО «Сбербанк». Так, за второй квартал 2020 г. доля кредитов, оформленных онлайн составила 86 % (34 % за 2019 г.), что также свидетельствует о практической целесообразности внедрения цифровизации в деятельность коммерческих банков [8]. АО «Россельхозбанк» также успешно внедрил цифровизацию, что позволило увеличить долю кредитов, оформленных онлайн, с 29 % до 75 % [6].

Следует указать, что ПАО «РНКБ Банк» разработал кредитный продукт для малого и среднего предпринимательства, выдаваемый на льготных условиях. Основной целью внедрения рассматриваемого продукта является оказание помощи бизнес-структурам в выплате заработной платы сотрудникам предприятий. Заметим, что кредит выдается на срок до 12 месяцев. Ставка за пользование кредитом в размере 0 % действует на протяжении первых шести месяцев, в остальной период она составит 4 % годовых [7].

Характерной особенностью функционирования коммерческого банка в условиях пандемии коронавирусной инфекции является внедрение в практическую деятельность такого инструмента как **реструктуризация задолженности по потребительскому кредиту**, направленная на получение физическими лицами кредитных каникул в течение шестимесячного срока, предоставление увеличенного срока кредита посредством

снижения кредитного платежа. Больше всего заявок на кредитные каникулы от клиентов – физических лиц поступают в РНКБ по кредитным картам и кредитам наличными. По данным банка, в настоящее время из всех поданных заявок 67 % удовлетворяет требования Федерального закона от 03.04.2020 г. № 106-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа» [2]. В остальных случаях, когда суммы кредитов, по которым поданы заявки, превышают установленный законом максимальный размер, РНКБ письменно сообщает клиентам о существующих в банке программах реструктуризации задолженности и их условиях.

Характерной особенностью деятельности ПАО «РНКБ Банк» являются меры кредитной политики, предпринятые для снижения процентной ставки по договорам автокредитования, которая теперь составляет 11,5 % [7]. Усовершенствование кредитного продукта позволило увеличить долю оформленных кредитов, что также благоприятно отразилось на экономических и финансовых показателях деятельности компании. Заметим, что кредитными продуктами «Автостандарт» и «Автолайт», предоставленными по сниженной ставке, воспользовались на 24,9 % физических лиц больше, чем в 2019 г. [7].

Исходя из изложенного выше, ПАО «РНКБ Банк» выстроив в период пандемии коронавирусной инфекции новый вектор кредитной политики, ориентированной на оказание помощи как субъектам малого и среднего предпринимательства, так и физическим лицам, оказавшимся в сложной материальной ситуации, смог повысить свою репутацию и престижность, как социально-ориентированный коммерческий банк.

Заметим, что ПАО «РНКБ Банк» занял третью позицию по такому показателю, как оказание помощи субъектам малого и среднего предпринимательства, физическим лицам, в период распространения коронавирусной инфекции. Так, например, коммерческим банком была осуществлена реструктуризация кредитов субъектов малого и среднего предпринимательства на сумму, равной 3 млрд р., выдача кредитов по льготным услови-

ям, направленных на выплату заработной платы, на общую сумму 500 млн р.

АО «Райффайзенбанк» также были внедрены изменения в кредитную политику. Так, в период развития пандемии коронавирусной инфекции, доля кредитов, оформленных онлайн, увеличилась до 80 %. Заметим, что в 2019 г. доля кредитов составила только 33 % [5]. Банком также разработан продукт льготного кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства, основной целью которого является выплата задолженностей по заработной плате. В отличие от ПА «РНКБ Банк», АО «Райффайзенбанк» предоставляет кредит по ставке, равной 2 % [5].

С апреля 2020 г. АО «Райффайзенбанк» ввел в практику такой инструмент кредитной политики, как **рефинансирование старых кредитов**. Так, например, в рамках рассматриваемого направления деятельности коммерческого банка производится объединение до 5 кредитов, полученных физическим лицом (потребительский кредит, автокредит, кредитные банки), что позволяет уменьшить сумму ежемесячного кредитного платежа посредством увеличения срока кредитования.

Особенностью кредитной политики ПАО «Сбербанк», реализуемой в период пандемии коронавирусной инфекции является [8]:

- предоставление физическим лицам отсрочки по кредитным платежам. Реализация рассматриваемого направления кредитной политики отражается на продолжительности сроков кредитования (на 1 год для потребительских кредитов и 2 года на ипотечное кредитование). Условием предоставления отсрочки является снижение уровня доходов заемщика на 10 % и выше;

- льготное кредитование субъектов малого и среднего предпринимательства для целей выплат заработной платы сотрудникам предприятия. Ставка кредита составляет менее 5 %, при условии, что бизнес-структура оформляет кредит для выплаты заработной платы, арендной платы;

- ипотечные каникулы для физических лиц, при условии, что уровень доходов снизился не менее чем на 30 %.

Обобщая вышесказанное, следует, что развитие пандемии коронавирусной инфекции позволило банкам успешно внедрить

цифровизацию, что благоприятно отразилось на оформлении кредитов онлайн. Большинство российских коммерческих банков разработали дополнительные кредитные продукты, ориентированные на оказание помощи субъектам малого и среднего предпринимательства.

На наш взгляд к одним из проблемных моментов мы можем отнести то, что ФЗ от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [1] не предусматривает введение льготного кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства. Кроме того, заметим, что анализ нормативно-правовой базы позволил сформулировать вывод о том, что льготное кредитование используется только в отношении субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих предпринимательскую деятельность в приоритетных отраслях экономики. Рассматриваемое обстоятельство негативно отражается на развитости предпринимательства, как в России, так и в субъектах Федерации. На наш взгляд, необходимо закрепить в Законе право юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, отнесенных к субъектам малого и среднего предпринимательства, на льготное кредитование. При этом необходимо отразить условия и основания, при которых указанные бизнес-структуры могут претендовать на получение такого права:

- во-первых, экономическая и финансовая стабильность деятельности;

- во-вторых, отсутствие нарушений российского законодательства при осуществлении предпринимательской деятельности;

- в-третьих, предоставление достоверной и полной информации, отражающей истинные сведения о результатах деятельности субъекта малого или среднего предпринимательства.

Реализация предложенных мер будет способствовать развитию рынка кредитования малого и среднего предпринимательства, что положительно отразится как на доходах коммерческих банков, так и доходах бизнес-структур. Для некоторых сфер предпринимательской деятельности льготные условия кредитования будут являться «поддержкой» и позволят выжить в условиях коронавирусной пандемии.

Библиографический список

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 08.06.2020 г.) // Собрание законодательства РФ. 2007. № 31. Ст. 4006; Собрание законодательства РФ. 2020. № 24. Ст. 3740.
2. О Центральном банке Российской Федерации (Банке России) и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа : Федеральный закон от 03.04.2020 г. № 06-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон // Собрание законодательства РФ. 2020. № 14. Ч. I. Ст. 2036.
3. *Алексеева Д. Г.* Банковское кредитование. М. : Юрайт, 2020. 128 с.
4. *Алексеева Д. Г.* Осуществление кредитных операций. М. : 2020. 256 с.
5. АО «Райффайзенбанк». Официальный сайт. URL: <https://www.raiffeisen.ru> (дата обращения: 02.11.2020).
6. АО «Россельхозбанк. Официальный сайт. URL: <https://www.rshb.ru/> (дата обращения: 02.11.2020).
7. ПАО «РНКБ Банк». Официальный сайт. URL: <https://www.rncb.ru/> (дата обращения: 02.11.2020).
8. ПАО «Сбербанк». Официальный сайт. URL: <https://www.sberbank.ru/ru/> (дата обращения: 02.11.2020).
9. Финансы, денежное обращение и кредит / под ред. М. В. Романовского, О. В. Врублевской. М. : Юрайт, 2020. 523 с.

Т. М. Малёнкина, М. А. Саргсян

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА БАНКОВСКИХ КАРТ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ COVID-19

Проанализированы тенденции и направления развития операций с банковскими картами в сложившихся экономических условиях, вызванных в первую очередь пандемией COVID-19. В результате сделан вывод о том, что развитие рынка банковских карт лежит в использовании информационных технологий, переводе банковской деятельности в онлайн.

Ключевые слова: банковская пластиковая карта, операции с банковскими картами, дистанционное банковское обслуживание.

Т. М. Malenkina, M. A. Sargsyan

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN BANK CARD MARKET IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 CORONAVIRUS PANDEMIC

This article analyzes the trends and directions of development of Bank card operations in the current economic conditions, caused primarily by the COVID-19 pandemic. As a result, it is concluded that the development of the Bank card market lies in the use of information technologies, the transfer of banking activities online.

Key words: Bank plastic card, operations with Bank cards, remote banking services.

Актуальность темы во многом определяется тем, что расчеты банковскими картами становятся все более популярными среди населения. И в тоже время сложившаяся в мире ситуация, связанная с пандемией коронавирусной инфекции, не могла ни повлиять на банковский сегмент.

Проведем анализ состояния рынка банковских карт за последние годы. На 1 января 2020 г., согласно статистическим

данным, в России действовало 484 кредитных организации, из них 335 осуществляет эмиссию банковских карт. то есть эмиссией банковских карт занимается около 70 % кредитных организаций.

Проведем статистический анализ количества платежных карт, эмитированных в России кредитными организациями за 2017–2019 гг. (табл. 1). Данные взяты согласно статистическим данным национальной платежной системы. Представленный анализ показывает, что количество эмитированных карт ежегодно растет, но темпы прироста не высоки, так как рынок уже насыщен банковскими картами.

Таблица 1

Анализ количества платежных карт, эмитированных кредитными организациями, по типам карт в РФ за 2018–2019 гг., тыс. ед. [4]

Показатель	На 01.01.18	На 01.01.19	На 01.01.20	Темп прироста 2018 г. к 2017 г.	Темп прироста 2019 г. к 2018 г.
Всего банковских карт, в т. ч.:	267251	270634	280231	1,3 %	3,5 %
дебетовые карты	235988	236572	243341	0,2 %	2,9 %
кредитные карты	31263	34062	36891	8,9 %	8,3 %

Итак, количество выпущенных кредитных карт значительно выросло в 2019 г., в сравнении с 2018 г., и темп прироста составил 9,11 %. Прирост выпуска кредитных карт может быть вызван улучшением условий их обслуживания карт, которые заключаются в доступности получения, понятности тарифов, приемлемости условия кредитования. Это может быть связано со льготным периодом или процентной ставкой. Представленную динамику можно связать и со сложившейся экономической ситуацией в стране, которая характеризуется ростом потребительских цен и увеличением расходов населения.

Проанализируем структуру эмитированных платёжных карт в России кредитными организациями в 2017–2019 гг. (рис. 1).

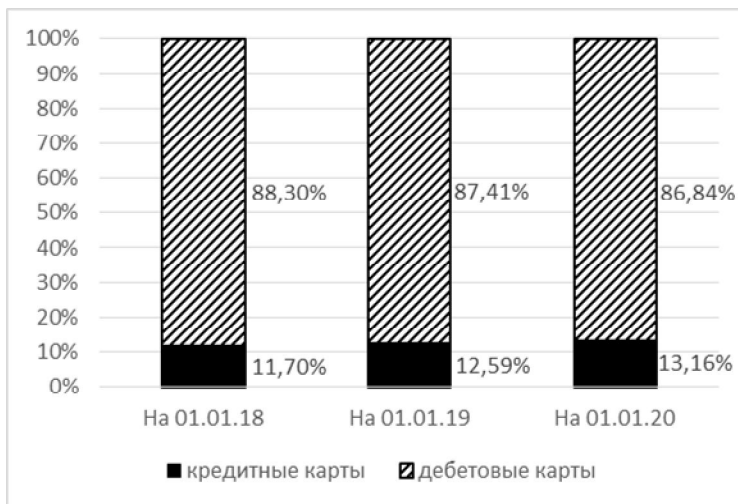


Рис. 1. Структура эмитированных платёжных карт, по типам карт в России в 2017–2019 гг. [4]

Структура эмитированных платёжных карт на рис. 2 показывает, что большая доля рынка достается расчетным картам, т. к. все население России получает зарплату именно на такие, дебетовые карты. начиная с 2017 г. доля кредитных и дебетовых карт меняется, но незначительно, изменение составляет примерно 1–3 %. Наибольшая доля кредитных карт в 2019 г. и составила 13 % от общего количества выпущенных в России карт.

Во многом такая доля дебетовых карт на российском рынке обусловлена продвижением кредитными организациями банковских карт по зарплатным проектам, аналогичная ситуация с государственными пособиями. То есть не во всех случаях запрос на выпуск банковской карты является именно пожеланием гражданина, иногда это связано с необходимостью.

В то же время количество операций с использованием платежных карт в России ежегодно растет (табл. 2, рис. 2).

Таблица 2

**Операции, совершенные с использованием платежных карт
в РФ за 2017–2019 гг. [5]**

Показатель	Всего		в том числе:			
			операции по снятию наличных денежных средств		операции по оплате товаров и услуг	
	кол-во, млн ед.	объем, млрд р.	кол-во, млн ед.	объем, млрд р.	кол-во, млн ед.	объем, млрд р.
2017 г.	15751	38047	3409	26893	12342	11155
2018 г.	20369	41846	3329	27283	17040	14563
2019 г.	27209	47640	3201	28087	24007	19553
Темп прироста 2018 г. к 2017 г., %	29,32	9,98	-2,35	1,45	38,07	30,56
Темп прироста 2019 г. к 2018 г., %	33,58	13,85	-3,83	2,95	40,89	34,26

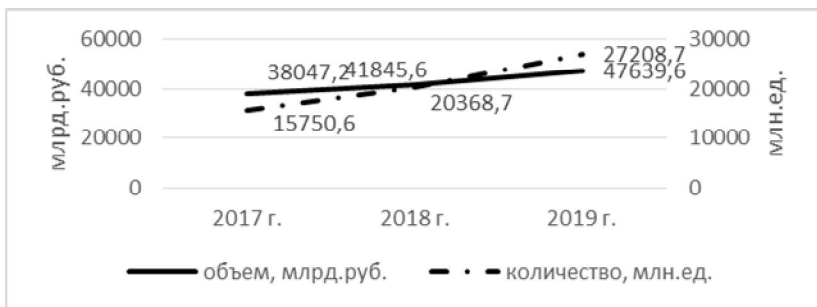


Рис. 2. Динамика операций, совершенных с использованием платежных карт в РФ за 2017–2019 гг. [5]

Количество операций в 2018 г. выросло на 34 %, а объем денежных средств на 14 %, это означает, что средняя сумма

одной операции упала, вследствие того, что увеличивается количество терминалов оплаты в магазинах. То есть прослеживается стабильный рост показателей эмиссии платежных карт, что связано с преимуществами банковских карт перед наличными денежными средствами.

Перейдем к оценке ситуации, сложившейся на рынке банковских карт в связи пандемией COVID-19.

Пандемия коронавируса заставила весь мир начать отказываться от наличных денег. Вирус хорошо сохраняется на поверхностях, что превращает наличные деньги в разносчик опасной заразы. Врачи рекомендуют не использовать купюры, а перейти на бесконтактные способы оплаты. Кроме того, несколько крупных российских ретейлеров договорились перейти только на безналичный расчет, чтобы обезопасить и своих сотрудников, и клиентов. В этих условиях вырос спрос и на банковские услуги онлайн, и на бесконтактные банковские карты [1].

Таким образом, во время пандемии россияне стали использовать гораздо меньше наличных денег. Вопреки тому, что летом, как правило, использование наличных денег возрастает.

В период пандемии COVID-19 стали очевидны инвестиции в развитие дистанционных каналов банковского обслуживания и бесконтактные продукты. Крупные банки на протяжении последних лет инвестировали достаточно большой объем средств в развитие собственной IT-инфраструктуры. В результате в 2020 г. они смогли предоставить своим клиентам большинство банковских услуг через мобильный или интернет-банк [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что для развития расчетов банковскими картами и поддержания своей конкурентоспособности банки должны переходить в онлайн, развивать свои информационные технологии.

Это связано с тем, что именно цифровизация является точкой роста для оптимизации деятельности и укрепления позиции на рынке. Самоизоляция предоставила банкам возможность познакомить клиентов с дистанционными каналами коммуникации. Что привело к формированию у клиентов пользовательского опыта у них, хотя раньше данные клиенты предпочитали посещение отделений. Согласно данным аналитического агентства

НАФИ доля пользователей цифровых банковских сервисов, таких как мобильный банк или интернет-банк, выросла вдвое за два года – до 56 %. Мобильными приложениями банков пользуются 51 % россиян против 26 % в 2019 г., интернет-банкингом – 37 % в этом году против 16 % в 2019 г.

Представим динамику банковских счетов с доступом в интернет (для физических лиц) согласно данным Банка России на рис. 3.

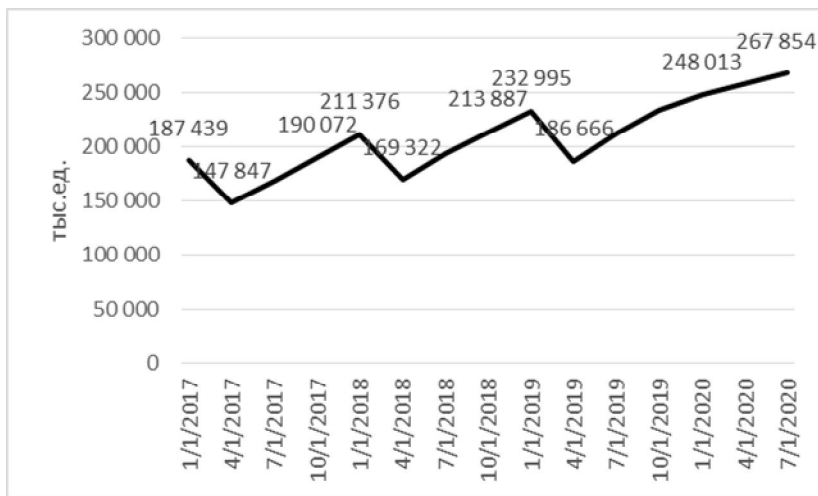


Рис. 3. Количество банковских счетов с доступом в интернет (для физических лиц)

Соответственно, значительное количество клиентов выработали привычку к использованию дистанционных каналов, что ведет к дальнейшему их использованию и после пандемии.

Но в тоже время банкам следует учитывать, что в настоящее время при выборе банковской карты, пользователи, рассматривая предложения рынка считают, что у них должна быть возможность дистанционно выпустить карту, перевыпустить ее, перевести деньги с карту на карту, не только в рамках своего банка.

В частности, можно выделить следующие новшества в области цифровых сервисов российских коммерческих банков:

- цифровой финансовый советник;
- биометрия;
- открытые банковские платформы;
- системы мобильного мульти-банкинга;
- внедрение моделей виртуального обслуживания с использованием технологий 5G, виртуальной и дополненной реальности.

Логичным следствием стало также и то, что обострилась конкуренция в области цифровых сервисов. Соответственно, банки должны уделять больше внимания и направлять значительные средства на расширение функционала мобильных приложений. Это представляет собой основной элемент цифровой трансформации услуг банков. Акцент должен быть сделан на максимизацию использования инновационных технологий, обновление и модернизацию сервисов, от чего напрямую зависит конкурентоспособность банка.

Библиографический список

1. 2 % россиян полностью отказались от наличных // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/economics/11/11/2019/5dc403659a79473a590d2a22> (дата обращения: 15.11.2020).

2. Аналитическое агентство J'son & Partners Consulting. URL: <http://web.json.ru> (дата обращения: 15.11.2020).

3. *Ильина Н.* Безналичное дело: ЦБ ожидает рост операций по картам до 70 % в 2020-м. URL: <https://iz.ru/994748/natalia-ilina/beznalichnoe-delo-tcb-ozhidaet-rost-operacii-po-kartam-do-70-v-2020-m> (дата обращения: 15.11.2020).

4. Количество платежных карт, эмитированных кредитными организациями и Банком России, по типам карт // Банк России. URL: <https://old.cbr.ru/statistics/psrf/sheet013/> (дата обращения: 15.11.2020).

5. Статистика национальной платежной системы // Банк России. URL: <https://cbr.ru/statistics/nps/psrf/> (дата обращения: 15.11.2020).

C. Mane

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ В СЕНЕГАЛЕ И РОССИИ

Даётся сравнение рекламного рынка в Сенегале и России. Сделан вывод о необходимости совершенствования нормативных механизмов регулирования рекламного рынка в Сенегале на основе опыта России.

Ключевые слова: рынок рекламы, организация, закон о рекламе, координация, эффективность, Сенегал.

S. Mane

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE ORGANIZATION OF ADVERTISING IN SENEGAL AND RUSSIA

This article provides a comparison of the advertising market in Senegal and Russia. It is concluded that it is necessary to improve the regulatory mechanisms for regulating the advertising market in Senegal based on the experience of Russia.

Key words: advertising market, organization, advertising law, coordination, efficiency, Senegal.

В настоящее время реклама общепризнанно является неотъемлемой частью бизнеса, и вопросы эффективной рекламы воспринимаются как вопросы коммерческой эффективности той или иной деятельности. Реклама содействует эффективной реализации товара и управлению потребительскими предпочтениями.

Реклама – это направление маркетинговых коммуникаций, при котором информация распространяется для привлечения внимания к рекламируемому объекту с целью формирования или поддержания интерес к нему [2]. Основные функции рекламы – увеличение дохода от продажи товара или услуги.

Самые простые формы рекламы существовали еще до нашей эры. Одним из самых ранних рекламных сообщений

считается египетский папирус, в котором сообщается о продаже раба, а памятники письменной истории, сохранившиеся до наших дней, указывают на то, что в Древнем Риме стены были расписаны объявлениями о гладиаторских боях, продаже домашних животных и т. д.

Каждая страна имеет свой собственный закон о рекламе в соответствии со своей культурой и традициями. Но, что касается Сенегала, то там нет работающего закона о рекламе.

Сенегальцы также, как и жители других стран, склонны к восприятию рекламы. Ввиду отсутствия какого-либо законодательного регулирования рекламной деятельности реклама в Сенегале превратилась в незаконный мир.

Подключение к сети интернет на всей территории страны с 1996 года стимулировало рост частного предпринимательства, которое на сегодняшний день аккумулирует порядка 82 % ВВП, что имело следствием и бурный рост рекламных проектов. Экономический динамизм страны способствует появлению среднего класса, на который в первую очередь направлена реклама. Это показывает, что сектор рекламных коммуникаций Сенегала активно участвует в преобразованиях, влияющих на развитие страны. Но анализ рекламных сообщений не проводится никакой государственной структурой или регулирующей общественной организацией. Задача адаптации рекламы в соответствии с национальным контекстом не представляется важной для развития страны.

Сенегальский аудиовизуальный сектор рекламы функционирует в настоящих условиях при полном отсутствии нормативной базы. Использование цифровых технологий в рекламе Сенегала значительно опередило процесс разработки нормативно-правовых актов, позволяющих определить соответствие рекламы социальным, религиозным и культурным ценностям населения. В результате реклама в Сенегале нередко бывает далёкой от правды и не проявляет уважения к человеческому достоинству. Между тем, Сенегал является страной, которая отличается самобытной культурой. Национальная музыка имеет древние традиции. Большая часть населения страны исповедует ислам, хотя для страны характерна религиозная толерантность. Однако

рекламный бизнес в Сенегале игнорирует культурные традиции страны.

Компании, особенно которые специализируются на производстве продуктов питания, создают свои собственные рекламные щиты, не прибегая к услугам рекламного агентства, рекламные щиты всех видов заполняют столицу Сенегала город Дакар. Дакар – крупный порт, находящийся на крайней западной точке Африки – на Зеленом Мысе, крупнейший в стране промышленный и университетский центр. В Дакаре рекламные щиты превратились в общественную опасность. В Сенегале телевидение устанавливает свои собственные процедуры организации рекламы, т. к. нет действующего закона, регулирующего рекламную индустрию.

Реклама часто настолько возмущает общественное мнение, что в Дакаре участились демонстрации против рекламы. Население Дакара составляет около 3 млн человек и стихийные демонстрации угрожают общественному порядку. Общественное мнение осуждает отсутствие регулирования в рекламе, которое, вернее сказать, состоит в том, что не применяется и не контролируется исполнение даже того закона, который принят в стране более 30 лет назад.

Существует закон № 83-20 от 28 января 1983 г., который должен создать рекламный сектор. Закон предусматривает создание центральной организации для надзора за рекламной деятельностью, такой как в соседних странах – Малийское агентство печати и рекламы или Высший совет по рекламе в Кот-д'Ивуаре. В этих странах никто не решается размещать рекламу, не обращаясь к хорошо регулируемым агентствам.

Но Правительство Сенегала одобряет принципы свободной конкуренции во всех секторах экономической жизни.

Однако, проблема не в поддержании свободной конкуренции с другими агентствами, а в контроле за содержанием и форматом рекламы как общественной коммуникации. В Сенегале рынок рекламы не регулируется и не контролируется. Между тем, помимо организации покупательского спроса и продвижения товаров на рынке, реклама активным образом влияет на формирование массового сознания и тиражирует жизненные ориентации людей. Поэтому вопрос о контроле рекламы и

внедрении новых правил её реализации является очень актуальным для Сенегала.

В России реклама организована иначе. Характеристики рекламного рынка отражают его более цивилизованный характер. Реклама в России регулируется четким и точным законом – Федеральным законом № 38-ФЗ «О рекламе» от 13 марта 2006 г., который регулирует отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы. Основными целями закона являются защита от недобросовестной рекламы, а также предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы.

С 1993 года действует Российская ассоциация рекламных агентств – ведущая общественная организация, представляющая интересы рекламной индустрии России.

Для качественной рекламы является важной специализация в области рекламного дела. В России есть агентства, которые строго специализируются на дизайне, на консультациях по коммуникационному маркетингу, агентства, которые занимаются только медийными закупками (покупка телеобъявлений, радио, размещение рекламы). В соответствии с этим может рассматриваться и структура рынка рекламы. Есть рынок креатива. Это рынок рекламных агентств, который работает на принципах монопольной конкуренции: каждая фирма на своей нише. Есть другой сегмент – рынок производства рекламных материалов. На этом рынке заказчики сравнивают предложения, основываясь на изучении цены и качества рекламных материалов. Рынок размещения рекламы включает в себя непосредственное размещение рекламы на определенных носителях.

В Сенегале это не так. Агентства делают все: консалтинг, дизайн, производство и покупку площадей, в ряде случаев оказывают консалтинговые услуги. Все делают всё, но качество их работы заметно хуже.

В российской практике всё более широкое применение находит организация рекламных компаний в соответствии с правилами маркетинга и законами рынка, когда сопоставляются затраты на рекламные мероприятия и эффективность рекламы, проводится моделирование рекламной деятельности, рассчитываются риски рекламных решений. Также разрабатываются

методические приёмы для оценки уровня конкуренции в сегментах рекламного рынка. Для этого предлагается использовать следующие параметры: темп роста рынка рекламных услуг, количество действующих игроков на рынке, уровень дифференциации рекламной продукции на рынке, ограничение в повышении цен, политика правительства по регламентации отрасли. Это показывает, что рынок рекламных услуг в России развивается в соответствии с рыночными тенденциями и является специализированной устойчивой сферой в российской экономике, поддерживающей формирование конкуренции в различных сферах бизнеса.

Всемирный исследовательский рекламный центр (WARC), проанализировав рынок рекламных услуг в России в 2015 г. сделал вывод, что Россия стала единственной страной в мире, которая снизила объёмы наружной рекламы. Основными направлениями становятся Интернет-реклама и телевизионная реклама.

Современный рекламный бизнес в России оперирует огромными денежными ресурсами и получает высокие прибыли в результате квалифицированно проводимых кампаний.

Чтобы лучше организовать рекламный сектор в Сенегале нужно использовать опыт регулирования рекламы в России.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
2. *Агеев А. В., Мудров А. Н., Александров А. В.* Реклама // Гуманитарный портал ISSN 2310-1792. URL: <https://gtmarket.ru/concepts/7302>
3. Официальный сайт Сенегала (на фр.). URL: <https://www.sec.gouv.sn/>

М. Н. Маркосян, Т. М. Малёнкина

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО КРЕДИТА В ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В настоящей статье представлены исследования сущности и значение международного кредита в экономических условиях современной России. Важной задачей является научное осмысление сущности международного кредита и его роль в международных экономических отношениях.

Ключевые слова: международный кредит, государственный долг, кредитные отношения, международные экономические отношения.

M. N. Markosyan, T. M. Malenkina

INTERNATIONAL CREDIT: ESSENCE, FORMS, CONDITIONS, STATE REGULATION

This article presents a study of the nature and importance of international credit. An important task is the scientific understanding of the essence of international credit and those factors that contributed to its inception, the definition of its principles and functions.

Key words: international credit, public debt, credit relations, international economic relations.

В условиях устойчивого экономического развития страны с помощью налогов и других поступлений в бюджет государство получает достаточно средств для своего успешного функционирования. Но, в условиях кризиса налоговых средств становится недостаточно, и тогда государство вынуждено привлекать дополнительные необходимые средства из внешней среды. Используя государственные займы, у страны появляются дополнительные возможности, открывающиеся перед ней. В начале развития кредитных отношений источником таких дополнительных поступлений в бюджет были внутренние финансовые ресурсы государства: предприятия, банковские учреждения и даже част-

ные лица. Но с развитием внешней торговли и углублением международных связей валютные отношения государства вышли на новый мировой уровень, где кредиторами заимствований выступают правительства других стран и международные финансовые организации.

Международные валютные отношения являются неотъемлемой составляющей звеном мировой экономики. Их функционирования и развитие связано с обслуживанием всего комплекса экономических связей, складывающихся между отдельными странами, юридическими субъектами рынка и частными лицами. Речь идет об обслуживании внешней торговли, вывоз капитала, предоставление займов и кредитов, научно-технический обмен, развитие туризма, другие государственные и частные отношения.

Международный кредит задействован в кругообороте капитала на всех его стадиях: когда денежный капитал преобразуется в производство посредством приобретения импортного оборудования, сырьевых, топливных ресурсов; в ходе производства в виде предоставления кредитов на незавершенное производство; при реализации продукции в мировом масштабе. Предпосылкой для появления и развития международного кредита стал выпуск продукта для развития национальной экономики под воздействием внешней торговли, рост интернационализации экономических связей, международная социализация капитала, специализация и совместное производство, развитие научно-технического прогресса.

Привлечение финансовых ресурсов государством на кредитной основе для покрытия собственных потребностей является приемлемой и объективно обусловленной практикой осуществления экономической деятельности. Экономическая суть этого процесса заключается в том, что в определенное время появляется свободный капитал как в внутри страны, так и за ее пределами.

Известный российский экономист Н. П. Белотелова дает такое определение международного кредита: «Международный кредит – это движение кредитных ресурсов в сфере международных экономических отношений, связанное с предоставлением денежных и товарных ресурсов на условиях возвратности,

срочности и платности в целях ускорения социально-экономического развития отдельных стран» [1, с. 284].

Объективной основой развития международного кредита стали выход производства за национальные границы, усиление интернационализации хозяйственных связей. Интенсификация мирохозяйственных связей, углубление международного разделения труда обусловили увеличение объемов, удлинения и дифференциацию сроков международного кредита.

Рассмотрим динамику внешнего долга, представленную в табл. 1.

Таблица 1

Динамика внешнего долга России за 2011–2020 гг.

Дата	Сумма, млн долл. США	Абсолютный прирост, млн долл. США	Темп роста, %
01.01.2015	54355,4	-4353,1	92
01.01.2016	50002,3	1209,5	102,4
01.01.2017	51211,8	-1384,5	97,3
01.01.2018	49827,3	-670,8	98,6
01.01.2019	49156,5	5691,8	111,6
01.01.2020	54848,3	-	-

Из табл. 1 видно, что за последние 6 лет объём государственного внешнего долга не имеет единой тенденции к снижению или увеличению. Самый низкий объём внешнего долга наблюдался на 01.01.2019 г. и составлял 49156,5 млн. долларов США. Самый высокий объём внешнего долга последовал сразу за самым низким, и на 01.01.2020 г. составил 54848,3 млн долларов США (и превышает на 11,6 % по сравнению с предыдущим периодом).

На международном экономическом рынке Россия выступает и в качестве кредитора.

Из табл. 2 наглядно видны выданные кредиты, их сумму и назначение (заметно, что они имеют целевое назначение).

**Кредиты, выданные Россией
на период 2016–2018 гг. [3, с. 101]**

Год	Страна	Выданная сумма	Назначение
2016	Индия	3,4 млрд долл.	Для строительства АЭС «Куданкулам»
2018	Индия	4,2 млрд долл.	На 10 лет на строительство 5-го и 6-го блоков АЭС
2018	Иран	2,5 млрд долл.	На электрификацию железной дороги и строительство ТЭС

Наша страна стремится к комплексному решению проблемы международной задолженности при соблюдении баланса интересов кредиторов и заемщиков. Главные задачи системы управления внешним долгом: финансирование, достаточное для ее оптимального развития; осуществление контроля за эффективным использованием этих средств и за тем, чтобы их объем находился в соответствии с реальными возможностями страны обслуживать свой внешний долг.

Международный кредит стимулирует внешнеэкономическую деятельность страны, тем самым способствуя созданию дополнительного спроса на рынке. Международный кредит поддерживает бесперебойную работу международных валютных и расчетных операций, которые обслуживают внешнеэкономические связи [2, с. 449].

Международный кредит может ускорить экономический рост и макроэкономическую стабилизацию. Являясь механизмом действия закона стоимости, международный кредит способствует снижению индивидуальной стоимости товара по сравнению с его общественной стоимостью. Кроме этого, международный кредит связан с законом об экономии живого труда и рабочего времени, тем самым, способствуя развитию экономики при условии, что заимствованные средства будут эффективно использованы.

Негативная роль международного кредита включает в себя следующие пункты:

- заостряет разногласия рыночной экономики;

- используется для «вымывания» прибылей из стран-заемщиков усиливая, тем самым, позиции стран-кредиторов;
- оказывает содействие формированию и усилению в странах-должниках удобных для стран-кредиторов политических и экономических режимов;
- выступает источником финансирования войн;
- используется для проведения кредитной дискриминации и кредитной блокады.

Проблемы внешнего долга охватывают не только сферу экономики, но и имеют политические последствия. Так, высокий внешний долг устраняет возможность проведения независимой экономической политики, внешние кредиторы начинают диктовать странам не только условия погашения долга, но и меры внутренней экономической политики. Внешний долг ограничивает свободу действий государства, выбор собственной стратегии развития.

На сегодня международный кредит имеет огромное значение для многих стран мира, позволяя использовать кредитные средства для целей страны-заемщика. С одной стороны, международный кредит способствует улучшению благосостояния экономики и позволяет решать многие социально-экономические задачи государства, с другой, выступает источником разногласий в экономике и усиливает зависимость от кредитора.

В заключение можно сделать вывод о том, что международный кредит представляет собой сложное экономическое явление, и имеет огромное значение для всего мирового сообщества, а в частности для России. Россия является активным участником международного кредитования, и выступает как страной-заемщиком, так и страной-кредитором. Так, международный кредит может повысить экономическое благосостояние, как в странах-заемщиках, так и странах-кредиторах, что позволяет увеличить размеры финансирования накопления капитала и повысить размер оптимального заимствования в странах, имеющих дефицит капитала. А также ускоряет темпы экономического развития стран, способствует расширению международного сотрудничества, стимулирует внешнеторговую деятельность, обеспечивает бесперебойность международных

расчётных операций, и стимулирует зарубежные инвестиции национальных компаний.

Библиографический список

1. Белотелова Н. П., Белотелова Ж. С. Деньги. Кредит. Банки : учебник. М. : Дашков и К°, 2020. 380 с.

2. Медведева Я. В. Сущность, функции и формы международного кредита // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства. 2020. С. 449.

3. Ушмарова Е. Международный кредит как одна из категорий международного финансирования // Наука молодых – будущее России. Курск : Юго-Западный государственный университет, 2019.

4. Хейфец Б. А. Международная кредитная политика России // Российский внешнеэкономический вестник. 2017. № 7. С. 95–107.

УДК 336.221

А. Ю. Найдич, Т. М. Малёнкина

ОБЗОР ИЗМЕНЕНИЙ В РОССИЙСКОМ НАЛОГОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ В СВЯЗИ С ПАНДЕМИЕЙ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ

В работе представлены основные изменения, внесённые в налоговое законодательство Российской Федерации в условиях пандемии коронавируса.

Ключевые слова: коронавирус, налоги, законодательство, пострадавшие отрасли, фискальная политика.

А. Yu. Naydich, T. M. Malyonkina

OVERVIEW OF CHANGES IN THE RUSSIAN TAX LEGISLATION IN RELATION TO THE CORONAVIRUS INFECTION PANDEMIC

The article presents the main changes made to the tax legislation of the Russian Federation in the context of the coronavirus pandemic.

Key words: coronavirus, taxes, legislation, affected industries, fiscal policy.

Бесспорно, коронавирусная инфекция оставила неизгладимый след в каждой сфере человеческого бытия. Но именно экономические отношения между хозяйственными организациями оказались под серьезнейшим ударом, и лишь грамотное вмешательство, направленное на поддержку и опору бизнеса со стороны государства и уполномоченных органов, позволит минимизировать потенциальный риск массовой паники и банкротства, могущих привести к массовым недовольствам и беспорядкам. Одной из таких мер фискальной политики государства стали налоговые корректировки в нормативно-правовую базу, оказавшие заметную помощь в экономической деятельности многих субъектов рыночных отношений.

Основной перечень изменений российского налогового законодательства, на наш взгляд, связан со следующими поправками: введение моратория на налоговые проверки; возможность получения рассрочки (отсрочки) по уплате налогов на длительный срок; повышенный налоговый вычет для самозанятых; продление сроков сдачи отчетности, перенос сроков уплаты налогов за первый квартал 2020 года и списание налогов и взносов за второй квартал 2020 года; изменения по налогу на прибыль, НДФЛ, НДС, УСН, ЕСХН, транспортному налогу, налогу на имущество и страховым взносам.

Целостно данные меры ставили перед собой задачи по обеспечению устойчивого развития экономики, сглаживанию неблагоприятных последствий для налогоплательщиков и поддержки организаций, занятых в наиболее пострадавших от коронавируса сферах деятельности. К таким экономическим субъектам относятся малые и средние предприятия (МСП), в том числе и микропредприятия, градообразующие, системообразующие и стратегические учреждения и некоммерческие организации (НКО).

Согласно Постановлению РФ от 03.04.2020 г. № 434 «Об утверждении перечня отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции», к ним относятся предприятия, занимающиеся транспортной деятельностью, досугом и развлечениями, туризм

мом, гостиничным бизнесом, общественным питанием, конференциями и выставками, здравоохранением и др.

Введение моратория на выездные налоговые проверки деятельности организаций и предпринимателей можно считать первой мерой, которая внесла изменения в налоговое законодательство России. Она касалась тех налоговых проверок, которые ещё не начались или находились на стадии проведения. Её цель – предоставление возможности руководителям полностью сосредоточиться на оздоровлении бизнеса, не отвлекаясь на общение с налоговыми инспекторами. В конечном счете, налоговые проверки приостанавливались до 30 июня 2020 г. На текущий момент возвращение моратория на налоговые проверки не рассматривается. «Значительная часть хозяйствующих субъектов уже вернулась к полноценной работе, и кроме того, продление моратория будет на руку недобросовестным налогоплательщикам», – комментирует данный вопрос Минфин России [2].

Получить рассрочку (отсрочку) согласно постановлению Правительства от 02.04.2020 г. № 409 «О мерах по обеспечению устойчивого развития экономики» по уплате налогов на длительный срок в связи с коронавирусом могли только организации и предприниматели, работающие в наиболее пострадавших отраслях, стратегические, системообразующие и градообразующие организации и арендодатели торговых площадей, получающих арендную плату от осуществляющих свою деятельность в наиболее пострадавших отраслях арендаторов. Под отсрочку (рассрочку) подпадают налоги, авансовые платежи и взносы, срок уплаты которых приходится на период с 1 января по 31 декабря 2020 г., за некоторым исключением. Проценты на сумму задолженности не начисляются.

Подробная таблица от ФНС на основе постановления Правительства от 02.04.2020 г. № 409 (в ред. постановления Правительства РФ от 30.05.2020 г. № 792) содержит наименование налога, номер классификатора налоговых документов, отчетный период, а также старый и новые сроки предоставления налоговой декларации и уплаты налогов для субъектов МСП пострадавших отраслей [1]. Помимо нахождения организаций в

реестре МСП они должны работать в отраслях, наиболее пострадавших от коронавируса.

Однако, действительное число субъектов, к кому бы относилась данная мера поддержки, ничтожно мало [4]. Помимо этого, трудно представить, чтобы отсрочка, рассрочка уплаты налогов, страховых взносов, авансовых платежей, либо отсрочка сдачи налоговой отчетности являлись потенциальными генераторами дохода для предпринимателей, либо снимали с бизнеса установленную обязанность по уплате налогов, страховых взносов, либо авансовых платежей.

МСП, индивидуальные предпринимательства (в наиболее пострадавших отраслях), социально-ориентированные НКО, централизованные религиозные организации и наиболее пострадавшие НКО получили право ретроспективно с 1 января 2020 г. на списание налогов и взносов за второй квартал 2020 г. С некоторыми условиями им можно не платить следующие налоги: налог на прибыль, налог при УСН, ЕСХН, НДС (который ИП платит «за себя»), ЕНВД.

Федеральный закон от 08.06.2020 г. № 166-ФЗ предусматривает повышенный налоговый вычет, положенный самозанятым в 2020 г. Помимо стандартного налогового вычета нарастающим итогом в размере 10 000 р. новый закон вводит дополнительный вычет в размере 12 130 р. Таким образом, итоговая сумма налога, которая должна быть уплачена в июле-декабре 2020 г., уменьшается на остаток неиспользованного вычета в пределах 10 000 р. и на новый вычет 12 130 р. (остаток от 10 000 р. плюс 12 130 р.) [3].

Благодаря федеральному закону от 22.04.2020 г. № 121-ФЗ, в 2020 г. были внесены значительные изменения по налогу на прибыль, по большей степени на которые повлияла коронавирусная ситуация [5]. Так, в российском налоговом законодательстве внесены следующие правки по налогу на прибыль: увеличен лимит доходов, позволяющий платить только ежеквартальные авансовые платежи; в течение 2020 г. появилась возможность перейти на уплату ежемесячных авансовых платежей по фактической прибыли; были введены федеральные субсидии субъектам МСП, которые не нужно учитывать во внебюджетных расходах; расширился перечень расходов на

обеспечение нормальных условий труда (затраты на дезинфекцию помещений и приобретение приборов, лабораторного оборудования, спецодежды и т. д.). Дополнительно теперь можно учитывать расходы на приобретение (сооружение, изготовление, доставку и доведение до пригодного состояния) дорогостоящих медицинских изделий для диагностики (лечения) новой коронавирусной инфекции.

Проведем анализ изменений в НДС/Л, УСН и ЕСХН в связи с пандемией, добавленные ФЗ № 121-ФЗ от 22.04.2020 г. [5]. Во-первых, в перечень необлагаемых доходов теперь относят денежные выплаты стимулирующего характера за особые условия труда и дополнительную нагрузку медицинским работникам и субсидии из федерального бюджета для МСП, которые наиболее пострадавшими от коронавируса. Во-вторых, в УСН и ЕСХН расширили перечень расходов, уменьшающих налоговую базу по тем же затратам.

В заключение отметим, что в настоящее время Россия фактически находится в условиях второй волны пандемии, вызванной коронавирусной инфекцией. В связи с этим, в ближайшем будущем не исключено появление новых изменений в российском налоговом законодательстве, направленных на устойчивое развитие экономики нашей страны.

Библиографический список

1. Меры поддержки бизнеса // Официальный сайт Федеральной налоговой службы. URL: <https://www.nalog.ru/tn50/business-support-2020/> (дата обращения: 10.11.2020).

2. Налоговые проверки возвращаются: Минфин не одобрил продление моратория // Бизнес.ру. 03.10.2020. URL: <https://www.business.ru/news/17976-nalogovye-proverki-vozvrashchayutsya-minfin-ne-odobril-prodlenie-moratoriya> (дата обращения: 10.11.2020).

3. Самозанятым положен повышенный налоговый вычет в 2020 году // Консультации по законодательству 1С. 08.06.2020. URL: <https://its.1c.ru/db/newscomm#content:469454:hdoc> (дата обращения: 10.11.2020).

4. Трапезников А. Мораторий на налоговые проверки: все ли так однозначно? // Клерк.ру. 24.04.2020. URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/498714/> (дата обращения: 10.11.2020).

5. *Фаталина А. А.* Изменения в налоговом законодательстве Российской Федерации в реалиях пандемии // Journal of Economy and Business. 2020. № 6 (64). С. 262–264.

УДК 338.4

В. А. Новиков, Ю. А. Титова

СРАВНЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО И СТОЛИЧНОГО РЫНКА ИВЕНТ-УСЛУГ

Анализируется структура столичного и регионального рынка ивент-услуг, выделяются основные отличия. Рассматриваются проблемы развития этого рынка в России в настоящее время.

Ключевые слова: столичный и региональный рынок ивент-услуг, услуги, рейтинг событийного потенциала регионов, объем рынка ивент-услуг.

V. A. Novikov, Yu. A. Titova

COMPARISON OF REGIONAL AND CAPITAL MARKET OF EVENT SERVICES.

The article analyzes the structure of the capital and regional market of event services, highlights the main differences. The problems of the development of this market in Russia at the present time are analyzed.

Key words: capital and regional market of event services, services, rating of event potential of regions, market size of event services.

Рынок услуг, в частности рынок ивента, на сегодняшний день выполняет социально-значимые функции и имеет тенденцию не только к количественному – числу представителей рынка, но и к качественному росту. Речь идет о повешении уровня профессионализма: ориентация на потребителя, расширение ассортимента услуг, работа с проверенными подрядчиками и многое другое. Все это способствует увеличению креативных,

особенных событий, масштаб которых различен. Причем тенденция роста касается не только самой столицы, но и регионов.

Само понятие «ивент» с англ. языка переводится как «событие» и используется сравнительно недавно, что не обозначает отсутствие этого направления ранее. В советское время синонимичным термином выступает «культурно-массовое мероприятие», «культурно-досуговое мероприятие». «Предысторию ивентеров можно вести с момента зарождения традиции выделения человеком каких-то знаковых событий и его стремления запечатлеть их посредством определённого действия или празднования. В различные исторические периоды эти группы именовались по-разному (церемониймейстеры, «орговики», массовики-затейники), отличались их функции», – к такому выводу приходят в своей статье Н. Н. Старцева и А. С. Воторопин в своей работе, посвященной формированию профессиональной группы ивент-менеджеров [2].

На сегодняшний день понятие «ивента» включает в себя не только развлекательный, досуговый, массовый элементы. Например, происходит его активное использование в сфере маркетинга. Появляются новые профессиональные термины и понятия: ивент-проект, ивент-менеджер, ивентеры, рынок ивента, архитектор деловых встреч, основная деятельность которого связана с организацией делового сотрудничества от местного до международного уровня (организация конференций, совещаний и т. п.) и направлена на социально-экономическое и культурное развитие территории государства.

В сфере ивент-услуг решаются разноплановые задачи. По нашему мнению, можно выделить следующие экономические аспекты исследования производства ивент-услуг.

1. Оказание ивент-услуг – это особый сегмент рыночного спроса, характеризующийся наличием определенных неценовых факторов.

2. Рационализация сферы досуга как форма проявления действия закона экономии времени.

3. Оказание ивент-услуг как фактор развития человеческого и социального капитала.

4. Характеристика экономических субъектов оказания и потребления ивент-услуг с позиций метода многоуровневого анализа.

5. Оказание ивент-услуг как фактор совершенствования управленческих решений в области коммуникаций, формирования благоприятного морально-психологического климата в организации, сильной организационной культуры и т. п.

6. Совершенствование инструментария оказания услуг на основе цифровизации экономики, дистанционного предоставления услуг.

На сегодняшний день недостаточным представляется уровень эмпирических исследований процесса формирования рынка ивент-услуг в России, тем более, – уровень теоретической разработанности данной проблематики. В статистике и социологических исследованиях используются группировки видов деятельности и форм времяпрепровождения, которые лишь частично и приблизительно отражают оказание ивент-услуг. Наибольший интерес в этой связи представляют такие термины, как «услуги культуры» [9, с. 78; 10, с. 89], «деятельность в области культуры, спорта и развлечений» [5, с. 65], «развлекательно-образовательный досуг» и «образовательно-деятельностный досуг» [6, с. 70]. В России компанией, исследующей ивент индустрию, которая предоставляет весь спектр консалтинговых и маркетинговых услуг, является выставочный научно-исследовательский центр R&C.

Что же представляет из себя рынок ивент услуг? В чем основные отличия в организации событий в регионах и столице России? Какие характерные признаки представителей этой сферы? Как выживает рынок в регионах и столице в связи с пандемией? Эти и другие вопросы будут рассмотрены в данной статье.

Основываясь на результатах проведенного опроса и вторичного анализа данных, мы полагаем, что ивент-рынок – совокупность оказания вида услуг, охватывающих всю сферу организации мероприятий, посвященных какому-либо событию, и направленные либо на получение положительных эмоций, чаще при работе с частными потребителями услуг, либо на увеличение прибыли при сотрудничестве с корпоративными клиентами.

Существуют высказанные на различных конференциях и форумах мнения, что столичный уровень ивент-индустрии опережает региональный от 3 до 7 лет [1]. В данной работе мы сравним тенденции развития регионального и столичного ивента, рассмотрим преимущества организации событий в Москве, и недостатки организации мероприятий в регионах.

Если объем российского рынка ивента в 2013 г. составлял 13,6 млрд р. [3], то по полученным данным исследования Гид-Маркет в 2019 г., только в московском регионе объем рынка ивент-слуг и BTL мероприятий составил 36,1 млрд р., что на 11,4 % больше по отношению к 2018 году, и на 43,8 % относительно 2015 года. Среднегодовой темп прироста рынка event-услуг и BTL мероприятий в г. Москве и Московской области составил 9,5 %, что в целом соответствует динамике роста экономики московского региона [7].

Демографический спад в 1990-х годах объясняет снижение темпа роста рынка в 2017–2018 годах за счет сегмента частных мероприятий, в основном это касалось свадебных торжеств, поскольку возраст вступления в брак в основном 25–28 лет.

Ряд мер, предпринятых государством, такие как выплата материнского капитала, ежемесячные выплаты на первенца и т. д., направленные на улучшение демографической ситуации в стране, способствовали росту сегмента ивентов, связанного с детьми: анимации, квестов и др.

Согласно статистическим данным по количеству жителей Москва входит в пятерку лидирующих субъектов страны, а также по размеру доходов на душу населения. Стабильный спрос на ивент-услуги вполне возможно объяснить значительным потенциалом потребителей услуг.

Корпоративные праздники и корпоративный отдых, мероприятия по тимбилдингу для сотрудников являются основными заказами корпоративных клиентов, которые в свою очередь обеспечивают основную долю доходов ивент-агентств. Крупные бюджет подобного мероприятия готовы платить фирмы, имеющие финансовые ресурсы, и в которых уже сформирована определенная корпоративная культура. В регионах из них основную массу составляют представительства или дочерние предприятия крупных российских компаний. Этим объясняется, что основная

часть проектов масштабных федеральных мероприятий сосредоточена в Москве, которая потом транслируется по городам.

Об отсутствии клиентского сервиса, недоверии смете и договоренностям по оплате, соблюдении законодательства даже в мелочах, таких как обязательный список гостей при перевозке в автобусах, предварительной договоренности о запуске квадрокоптера в небо и т. д. пишет в своей статье на портале event.ru Мария Борзенкова, касаясь рассмотрения организации мероприятия в регионе. Упоминается различие в стандартах деловой коммуникации и этики между представителями ивента региона и столицы [1]. На наш взгляд подобная точка зрения далека от сегодняшней реальности и справедлива к ивенту в период начала его развития.

Действительно, именно в Москве сосредоточены крупные ивент-агентства, задающие основные тренды, которые позднее появляются и в регионах. По уровню профессионализма при сильной конкуренции существует тенденция к выравниванию столичных и региональных агентств, ведь наряду с первыми, представители агентств региона также получают награды в различных отраслевых премиях. Примером может послужить IX межрегиональная премия EVENT-Прорыв, прошедшая с 11 по 15 апреля 2020 г. в формате онлайн мероприятия.

Ликвидации отставания региональных агентств способствовала и организация в Москве различные мастер классов: для распорядителей свадеб, ведущих, фотографов, аниматоров и т. д. При чем стоимость этих МК пропорциональна известности спикера: чем он популярнее, тем она более высокая. Стоимость трехдневного МК для ведущего праздничных мероприятий колеблется в среднем от 15 до 30 тыс. р.

Основное отличие этих рынков, столичного и регионального, состоит в численности человек, участвующих в мероприятии. Если для региона 500 участников считается достаточно масштабным событием, то для столицы эта цифра незначительна. Основная коммуникация пока остается различной: в Москве преобладает электронная связь, по телефону, через различные мессенджеры: Viber, Whats App и другие, существует возможность удаленного подписания контракта. В регионах же боль-

шинство вопросов решаются с помощью личных встреч, особенно это касается переговоров о сотрудничестве.

Существует еще одно отличие регионального рынка от столичного, заключающееся в ограниченных ресурсах и площадках проведения мероприятий. Например, лимитированное количество артистов вынуждает агентство искать креативные решения при проведении того или иного события или торжества, поскольку, если существует база постоянных клиентов, контент вынуждены создавать собственными силами. Креатив становится постепенно синонимом понятия профессионализма в сфере ивента. В условиях жесткой конкуренции агентства, которые не имеют постоянных или лояльных клиентов и не способные предоставить этот креатив, могут быть вытеснены более успешными в этом плане агентствами. Имеются в виду как представители столицы, так и регионов. Между тем, сегодня «мероприятия стараются проводить в самых неожиданных местах: в старинных дворцах и замках, на круизных теплоходах, курортах и турбазах – организаторы стремятся удивить своих клиентов, а владельцы необычных мест всегда готовы присоединиться к успешно развивающемуся бизнесу», – подчеркивает в своей работе А. Я. Пасмуров [8].

По-разному осуществляется и ценообразование ивент-услуг. Чаще при организации частных мероприятий, клиент осуществляет выбор площадки, приглашенных артистов, фотографов и видеографов самостоятельно, что для столичных агентств является частью их обязанностей. Большинство агентств Москвы рассчитывает стоимость за оказанные услуги в размере 10 % от проектного бюджета, в регионах же эта цифра несколько значительней и колеблется в пределах 15–20 % от общего бюджета мероприятия.

В плане возможностей действительно столичный ивент-рынок привлекательнее регионального, но многое зависит не только от собственных планов компании, но и от поступающих заказов. Так Москва и Московская область участвуют в исследовании, проводимым выставочным научно-исследовательским центром Market Research Company, но не выводятся в рейтинг в связи с тем, что уровень развития событийной отрасли значительно опережает остальные регионы [11]. В тройку лидеров

также входят Санкт-Петербург и ЛО (г. Санкт-Петербург), Свердловская область (г. Екатеринбург), а также республика Татарстан (г. Казань). Что же касается статистических данных относительно индустрии встреч, то по данным ВНИЦ R&C, в Москве ежегодно проходит свыше 5000 мероприятий, в Санкт-Петербурге – 2000–3000 крупных деловых событий – конгрессов, конференций, форумов, саммитов, съездов [11].

Сложная задача выхода регионального ивента на рынок столицы, тем не менее, возможна. Необходимо лишь тщательно разработать бизнес-план, четко и грамотно все рассчитать, чтобы в скором времени агентство стало получать прибыль. Ценовой демпинг в данной ситуации результатов не принесет, в отличие от четко разработанной стратегии. Хотя российский менталитет таков, что выбирают там, где дешевле. Такая политика не принесет положительных результатов в будущем. Крупные московские агентства, имеющие большой широкий кейс постоянных клиентов, продают дорого свои услуги.

Участие в тендерах – прямой путь, чтобы заявить о себе, чему также способствует демонстрация собственных возможностей на конкурсной основе, при этом региональные агентства должны обеспечить должный уровень качества оказываемых услуг.

Новшество, принесенное на рынок ивента Москвы, способствует тому, что агентство займет свою нишу и в будущем будет достаточно конкурентоспособным. Содействие этому могут оказать доступ к финансовым ресурсам и надежные партнеры в бизнесе, мощная система продаж, способствующая потоку целевых клиентов, умение выстраивать коммуникации.

В заключение остановимся на вопросе, который коснулся всех сфер экономики страны. Неблагоприятно сказалась на рынке ивент-услуг ситуация с коронавирусом COVID-19 в 2020 г. На сегодняшний день опубликованное исследование Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA) «показало, что в 2021 г. 15 % респондентов также планируют отменить или отложить свои главные мероприятия, а 42 % рассматривают возможность перевода ивента в онлайн или выбора гибридного формата. 61 % ассоциаций ожидают, что количество участников мероприятий снизится» [4].

Согласно опросу, проведенному в г. Иванове, среди организаторов праздничных торжеств, отменяется до 60–80 % количества мероприятий, либо они переносятся на следующий год. Позитивный тренд для дальнейшего планирования на сегодняшний день отсутствует. Как и многие сектора экономики, рынок ивента ожидает стабилизации ситуации, связанной с пандемией.

В связи с этим представителей сферы ивента интересует ряд вопросов: компенсирует ли доход от виртуальных событий потерю мероприятий, проводимых офлайн, продолжат ли свое существование онлайн и гибридные мероприятия в будущем, какое время необходимо для возвращения уровня отрасли 2020 года и многие другие.

Подводя итоги, отличия столичного и региональных ивент-рынков, несмотря на активного развитие последних, выражаются в масштабе и уровне мероприятий, в общем объеме заказов, а также технических возможностях агентств. Главной проблемой и регионального и столичного рынка ивента на сегодняшний момент является отсутствие горизонта планирования, связанного с пандемией.

Библиографический список

1. *Борзенкова М.* Как не провалить event в регионах России. URL: <https://event.ru/trips/kak-ne-provalit-event-v-region>
2. *Ваторопин А. С., Старцева Н. Н.* Российские ивент-менеджеры: формирование профессиональной группы // Социологические исследования. 2017. № 7. С. 32–42. URL: http://socs.isras.ru/index.php?page_id=453&id=6780&jid=6747
3. *Горинев И.* Российский event- рынок. Настоящее и будущее в цифрах. URL: <http://event.ru/trips/rossiyskiy-event-ryinok-nastoya>
4. Дайджест индустрии встреч. URL: https://event-live.ru/netcat_files/12/50/dajdzhest_industrii_vstrech_73_oktyabr_2020_new.pdf
5. *Китрар Л. А., Липкинд Т. М., Остапкович Г. В.* Информационно-аналитические возможности мониторинга делового климата в сфере услуг // Вопросы статистики. 2019. № 4. С. 59–74.
6. *Латова Н. В.* Досуговые практики российских работников как фактор формирования их человеческого потенциала // Социологические исследования. 2019. № 11. С. 63–72.

7. Объем рынка event-услуг и BTL мероприятий в г. Москве и Московской области // Компания Гидмаркет. 2020. 9 апреля.

8. *Пасмуров А. Я.* Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку. СПб. : Питер, 2006.

9. Платное обслуживание населения в России. 2019 : стат. сб. / Росстат. М., 2019. 110 с.

10. Платные услуги населению // Статистическое обозрение. 2020. № 2. 141 с. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/11432/>

11. Рейтинг событийного потенциала регионов России –2019. URL: http://mc-consult.ru/netcat_files/userfiles/docs/RejtingSobytijnogoPotencialaRegionovRossii_2019.pdf

УДК 330.322.16

А. Е. Соколов, Е. Е. Иродова

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Поставлен вопрос о систематизации подходов к анализу государственно-частного партнерства, а также рассматриваются сущность и основные проблемы, решаемые в рамках этого процесса.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, систематизация подходов, государство, частный сектор, основные проблемы, решаемые с помощью этого процесса.

А. Е. Sokolov, E. E. Irodova

SYSTEMATIZATION OF APPROACHES TOWARD A PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP ANALYSIS

The question is raised about the systematization of approaches to the analysis of public-private partnerships, and also considers the nature and main problems solved as a result of this process.

Key words: public-private partnership, systematization of approaches, state, private sector, the main problems solved by this process.

В настоящее время в России все более значимую роль играет такая структура, как государственно-частное партнерство (ГЧП). Повышенный интерес к данному взаимодействию государства и частного бизнеса объясняется тем, что во многих странах оно позволяет эффективно решить крупные социальные и экономические проблемы путем объединения ресурсов государственного и частного секторов. В российской экономике механизм ГЧП способствует привлечению капитала, предпринимательского и административного ресурса в новые, стратегически значимые проекты, росту конкурентоспособности отечественного бизнеса.

Возможность такого взаимодействия обусловлена развитием теории государственно-частного партнерства в экономической литературе.

Существуют несколько подходов к пониманию природы ГЧП, в частности, политэкономический и институциональный подход. Политэкономический подход актуализирует социально-экономические связи и отношения, проблему интересов участников. Одним из аспектов данного подхода является повышение финансового, технологического потенциала различных отраслей экономики России, социально-экономического потенциала развития регионов на базе государственно-частного партнерства (ГЧП). Институциональный подход разрабатывает организационно-правовую структуру соглашения, организационные формы сотрудничества (все проектные формы соглашений бизнеса и государства: от контрактов до совместных предприятий), распределение выгод и рисков. Такая классификация необходима в российских условиях, поскольку имеет целью совершенствование государственной политики как инструмента развития страны.

Следует отметить, что в зарубежных странах часто используется термин «частно-государственное партнерство» (ЧГП). Делается это для того, чтобы подчеркнуть приоритетную роль частного сектора в этом союзе. Однако для России, исходя из смысла ГЧП и современных экономических условий, более справедливым будет термин «государственно-частное партнерство», который четко определяет ведущую роль государства.

Существует мнение, что ГЧП и ЧГП – это разные понятия. В первом случае проекты иницируются государством и

базируются на государственной или смешанной форме собственности, а бизнес помогает государству наиболее эффективно управлять ею и сосредоточиться на выполнении своих общественно значимых функций. Во втором случае речь идет о воплощении в жизнь проектов частного сектора, которые основываются на частной собственности, а государство лишь помогает развитию бизнеса с целью реализации своей социально-экономической стратегии.

В условиях современной рыночной экономики, одним из основных направлений деятельности ГЧП является формирование инвестиционных ресурсов государственного и частных секторов. В связи с этим особый интерес вызывает систематизация трактовок ГЧП. В настоящее время встречается множество различных определений государственно-частного партнерства. Приведем наиболее распространенные из них.

ГЧП – это формальное сотрудничество между бизнесом, обществом и местными органами власти в целях развития территорий и улучшения условий жизни населения, в рамках которого традиционные роли государства и частного бизнеса перераспределяются [1, с. 80].

ГЧП позволяет использовать капитал частного сектора, иногда с привлечением государственного финансирования, для улучшения качества государственных услуг или управления активами государственного действия [2, с. 54].

ГЧП является развитием традиционных механизмов взаимодействия хозяйственных взаимоотношений между государственной властью и частным сектором в целях разработки, планирования, финансирования, строительства и эксплуатации объектов инфраструктуры [6, с. 29].

ГЧП как среднесрочное и долгосрочное сотрудничество между обществом и частным сектором, в рамках которого происходит решение политических задач на основе объединения опыта и экспертизы нескольких секторов и распределения финансовых рисков и услуг [1, с. 67].

ГЧП – это долгосрочный контракт между государственным органом и частным сектором, в котором ресурсы и риски распределяются для целей развития общественной инфраструктуры [3, с. 20].

ГЧП – является долгосрочным сотрудничеством государственного и частного секторов, в рамках которого они совместно разрабатывают продукт или услугу, распределяют риски, расходы и ресурсы, связанные с этими продуктами или услугами [4, п. 598].

ГЧП – любая сделка, в которой государственный и частный сектор объединяются для производства и предоставления товаров и услуг [5, с. 105–106].

В приведенных определениях государственно-частного партнерства осуществлена попытка раскрыть следующие основные положения:

- сущность этого партнерства;
- основную цель его создания;
- продолжительность действия;
- распределение рисков в этом сотрудничестве;
- юридическую форму существования.

По нашему мнению, ГЧП – это система отношений, возникающих между обществом, государством и частным бизнесом, которая используется в качестве инструмента регионально-го развития и планирования.

Предложенная систематизация подходов и определений ГЧП осуществлена на основе содержательного признака и имеет комплексный характер, поскольку включает целый ряд взаимосвязанных элементов таких как: субъекты, объекты, форма, функции, принципы, инструменты организации ГЧП.

Механизм ГЧП, по нашему мнению, обнаруживает в себе мощный социально-экономический потенциал, позволяющий:

- привлечь в ключевые отрасли промышленности дополнительные частные и государственные инвестиции, на основе совместного с государством финансирования инновационных проектов;
- сформировать условия для проведения научных исследований и опытно-конструкторских работ в процессе объединения усилий государства и частного сектора в финансировании и проведения научных исследований и подготовки кадров;
- повысить эффективность производства, на основе создания экономических и институциональных условий для модерни-

зации и замены устаревших основных фондов, повышения квалификации рабочей силы и совершенствования управления;

– создать условия для увеличения количества и повышения качества текстильной и швейной продукции, в результате проведения единой государственной политики стандартизации и контроля этой продукции;

– поднять роль предпринимателя во всех видах деятельности, за счет разработки и принятия целостного комплекса институциональных мер.

Таким образом, государственно-частное партнерство позволит оказать благоприятное воздействие на процесс развития промышленности и получить следующие виды дополнительных эффектов.

Экономические эффекты связаны с получением прироста объемов продаж продукции, улучшением использования производственных мощностей и увеличением прибыли, сокращением сроков окупаемости инвестиций.

Научно-технические эффекты, определяются ростом показателя вновь созданной интеллектуальной стоимости, увеличением удельного веса прогрессивных, технологических процессов, повышением конкурентоспособности продукции и услуг, снижением потребления ресурсов.

Социальные эффекты связаны с приростом доходов населения, повышением степени удовлетворения их физиологических и культурных потребностей, улучшением условий труда и отдыха.

Экологические эффекты, отражающие снижение отходов производства и выбросов в атмосферу, почву и воду, повышение безопасности выпускаемой продукции.

Именно эти эффекты определяют роль и значение ГЧП, объясняют необходимость его использования в целях развития и модернизации экономики и инновационной сферы.

Библиографический список

1. Алешин А. В., Никитаева А. Ю. Институциональная платформа инновационного развития регионов России // Вестник ЮРГТУ (НПИ). 2012. № 12. С. 80.

2. *Бруссер П., Рожкова С.* Государственно-частное партнерство – новый механизм привлечения инвестиций // Рынок ценных бумаг. 2007. № 2. С. 29.

3. *Игнатюк Н. А.* Государственно-частное партнерство : учебник. М. : Юстицинформ, 2012.

4. *Сазонов В. Е.* Государственно-частное партнерство: гражданско-правовые, административно-правовые и финансово-правовые аспекты : монография. М. : Российский университет дружбы народов, 2012.

5. *Хэм Х., Коппенджан Дж.* Построение государственно-частного партнерства: оценка и управление рисками в развитии порта // Public Management Review. 2001. № 4. Vol. 3. П. 598.

6. *Savas E. S.* Приватизация и государственно-частное партнерство. Chatham House Publishers, 2000.

МЕЗОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

УДК 33.336

И. В. Курникова, А. Е. Ивашина

ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Анализируются существующие проблемы налогообложения субъектов малого и среднего бизнеса на современном этапе развития экономики Ивановской области. На основании проведенного исследования формируются рекомендации по устранению недостатков существующей системы налогообложения.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, Ивановская область, налогообложение, налоговая система.

I. V. Kurnikova, A. E. Ivashina

PROBLEMS OF TAXATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES AT THE CURRENT STAGE OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE IVANOVO REGION

This article analyzes the existing problems of taxation of small and medium-sized businesses at the current stage of economic development in the Ivanovo region. Based on the research, recommendations are made to eliminate the shortcomings of the existing tax system.

Key words: small and medium-sized businesses, Ivanovo region, taxation, tax system.

Развитие предприятий малого и среднего бизнеса в Ивановской области является основой социально-экономических преобразований в регионе. Для них имеют первостепенное значение эффективность, устойчивость, интенсификация их произ-

водственной деятельности, формирование сильной конкурентной позиции на рынке товаров и услуг, а также предоставление мобильности, необходимой в рыночных условиях. Данные предприятия способны быстро заполнять образовавшиеся ниши в сфере потребления, при этом имеют высокую платежеспособность и тем самым создают атмосферу сильной конкуренции [8].

Наиболее острой проблемой для развития малого предпринимательства является действующая налоговая система. Российская налоговая система в настоящее время в значительной степени несовершенна. Постоянное повышение налогов, изменение ставок, сокращение льгот – это основные проблемы, с которыми сталкиваются малые предприятия в Ивановской области при взаимодействии с налоговой системой. Эти факторы серьезно тормозят развитие малого и среднего бизнеса и выталкивают его в неформальный сектор [6].

Рассмотрим основные недостатки действующей системы налогообложения малого и среднего бизнеса.

Налоговая система сложна и запутана. Порядок исчисления налоговой базы и данные по расчётным периодам представлены в пункте 6 статьи 3 Налогового кодекса РФ «Основные начала законодательства о налогах и сборах». Однако, на практике, чтобы совершать вовремя отчисления по налогам и сборам, а также подавать соответствующие отчеты, предприниматель должен обладать достаточными знаниями в области бухгалтерского и налогового учета или нанимать высокооплачиваемых специалистов по бухгалтерскому и налоговому учету. Данная ситуация способствует усложнению ведения предпринимательской деятельности и увеличению расходов предприятия [3].

Налоговая система имеет очень сложную структуру. Существующие налоги и отчисления требуют различных подходов к исчислению и своевременной оплаты. Вся эта масса платежей приводит ошибкам при уплате налогов, а далее к штрафам за несвоевременную уплату налога.

Налоговая нагрузка очень высока. Приоритет фискальных интересов государства над всеми остальными интересами очевиден. Сегодня налоговые ставки в стране устанавливаются без достаточного экономического анализа их влияния на производ-

ство, стимулирование инвестиций и т. д. Однако при установлении ставок необходимо учитывать их влияние не только на это, но и на устранение условий, приводящих к полностью законному отказу налогоплательщика от уплаты налогов. Аксиома состоит в том, что последствия уклонения от уплаты налогов меньше, если разные виды доходов облагаются налогом по одинаковым ставкам. В противном случае наблюдается тенденция к перераспределению доходов в пользу тех, кто облагается налогом по самой низкой ставке [4].

Существующая система налогообложения с плохо разработанными теоретическими и экономическими ставками вынуждает вводить новые виды льгот (иногда не рыночных), которые, по мнению властей, могут смягчить негативные последствия произвольных ставок для данного дохода. Поэтому из-за более низкой ставки становится выгоднее выделять ресурсы на заработную плату, а не платить налог на прибыль.

Нестабильность законности. Отсутствие ясности и понятия нормативных документов, а также очень частые изменения налогового законодательства усложняют работу самих налоговых служб, делая налогоплательщика бессильным. Все изменения в налоговом законодательстве должны производиться одновременно с внесением соответствующих корректировок в бюджеты, только путем внесения изменений в законодательные и нормативные акты о налогах [5].

Как уже было сказано выше, для многих субъектов малого предпринимательства налоговая отчетность становится все сложнее и сложнее. На начальном этапе становления и развития нового бизнеса предприниматель сталкивается с проблемами ведения бухгалтерского учета и налоговой отчетности. Незнание и сложность законодательства по этим вопросам – настоящая проблема для начинающего предпринимателя, которая может привести к серьезным штрафам. Такая ситуация увеличивает затраты а ведение бухгалтерского учета и налоговой отчетности по мере увеличения масштабов деятельности.

К сожалению, для тысяч предпринимателей с 01.01.2021 г. система налогообложения в виде Единого налога на вмененный доход (ЕНВД) будет упразднена.

Налогообложение в виде ЕНВД в Ивановской области применяет большинство субъектов малого и среднего предпринимательства (розничная торговля, грузовые и пассажирские перевозки, салоны красоты и парикмахерские, все бытовые услуги и т. д.). Но в этом году до 31.12.2020 г. им придется выбрать другую систему налогообложения.

Перечислим налоговые режимы, которые могут применяться вместо ЕНВД:

1. Общая система налогообложения (ОСН). Необходимо учитывать, что при применении ОСН уплачивается НДС (20 % или 10 %) и налог на прибыль (20 %).

2. Упрощенная система налогообложения (УСН). Ставка 6 % на доход, или 15 % на доходы, уменьшенные на величину расходов.

3. Патент на отдельные виды деятельности.

4. Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН). Для частных предпринимателей и юридических лиц, осуществляющих сельскохозяйственную деятельность.

5. Налог на доходы от профессиональной деятельности. Ставка 4 % на доходы физических лиц и 6 % на доходы юридических лиц и частных предпринимателей [1].

Для перехода на патент, УСН необходимо подать заявление до 31.12.2020 г. Для выбора профессионального подоходного налога необходимо зарегистрироваться и получить подтверждение.

Отмена ЕНВД с 01.01.2021 г. многократно увеличивает налоговую нагрузку на малый и средний бизнес. А поскольку потребительский спрос и доходы предпринимателя снизились за последние 4 года, количество предпринимателей, закрывающих свой бизнес, в 2021 г. скорее всего увеличится.

Что мы можем предложить? Рассмотрим некоторые моменты, которые могут помочь предприятиям малого и среднего бизнеса выдержать гнет налоговой нагрузки.

Действие налоговых каникул для первых зарегистрированных предпринимателей Ивановской области по патенту и упрощенной системе налогообложения планируется продлить до 1 января 2024 г., об этом сообщила в пресс-служба Ивановской областной думы.

Для предпринимателей Ивановской области планируют продлить освобождение от уплаты упрощенного налога и выплаты по патенту с двух до трех лет. Налоговый кодекс Российской Федерации предоставил субъектам Российской Федерации право устанавливать ставку налога в размере 0 % для налогоплательщиков упрощенной и патентной системы налогообложения. Это относится к впервые зарегистрированным индивидуальным предпринимателям, занятым в производственной, социальной и научной сферах. Индивидуальные предприниматели вправе применять нулевую ставку налога в течение двух календарных лет с даты государственной регистрации.

За 2018–2019 гг. более 820 вновь зарегистрированных индивидуальных предпринимателей воспользовались «налоговыми каникулами» в Ивановской области [8].

На местах налоговые льготы для стартапов продлены до 2024 г. Анализ налоговых поступлений показывает, что эти меры эффективны. Так, в прошлом году рост налоговых поступлений, собранных за счет применения упрощенного налогообложения, составил почти 17 %, а налоговыми льготами воспользовались более 500 новых предпринимателей. Об этом сообщил председатель Областной думы Марина Дмитриева.

Кроме того, региональные парламентарии также приняли закон, разрешающий введение инвестиционного налогового вычета в регионе. Новая мера поддержки дает инвесторам возможность уменьшить уплату налога на прибыль на сумму осуществленных капитальных вложений. Предприятия, реализующие инвестиционные проекты, смогут использовать его не менее чем на 50 млн р. [7].

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод, чтобы налоговая нагрузка в Ивановской области была по-прежнему для предприятий малого и среднего бизнеса, чтобы их количество росло, и они стремились вести свой бизнес легально, необходимо повышать стабильность налоговой системы и формировать справедливый уровень изъятия части доходов. Также важно применять меры по борьбе с предоставлением незаконных льгот и ведением хозяйственной деятельности, не отраженной в бухгалтерском учете. Это возможно путем усиления контроля за движением денежных средств в легальном секторе и

перекрытия каналов поступления денежных средств в «теневой сектор». В данный момент система налогообложения в Ивановской области не является идеальной. Для эффективного развития малого и среднего бизнеса Ивановской области необходимо развивать современные подходы к налогообложению.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч. 2 : Федеральный закон от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 09.11.2020 г. № 368-ФЗ). Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

2. О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства : Постановление Правительства Российской Федерации от 22 июля 2008 г № 556. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

3. *Власенкова В. А.* Роль налогообложения в развитии субъектов малого и среднего предпринимательства: проблемы и перспективы // Налоговый вестник. 2019. № 2. С. 8.

4. *Лайченкова Н. Н.* Международный опыт применения стимулов в налоговом праве // Вопросы экономики и права. 2018. № 4. С. 35.

5. *Смогина И. А.* Налогообложение малых предприятий // Право и экономика. 2019. № 11. С. 74.

6. *Степанова Е. В.* Необходимо ли ООО, применяющему упрощенную систему налогообложения, вести бухгалтерский учет // Региональная экономика. 2018. С. 177.

7. *Трунина В. Ф.* Проблемы налогообложения субъектов малого бизнеса РФ и пути их решения // Международный научно-исследовательский журнал. 2019. № 4. URL: <https://research-journal.org/wp-content/uploads/2015/05/4-2-35.pdf> (дата обращения: 13.10.2020).

Е. Н. Мирскова

ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС КАК ОБЪЕКТ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Проводится анализ подходов, раскрывающих понятие «земельно-имущественный комплекс». Выявлены актуальные проблемы, негативно отражающиеся на правовом регулировании земельно-имущественного комплекса.

Ключевые слова: единый недвижимый комплекс, земельно-имущественный комплекс, земельный участок, имущественный комплекс, муниципальное образование, муниципальное управление, предприятие.

Е. N. Mirskova

LAND AND PROPERTY COMPLEX AS AN OBJECT OF MUNICIPAL MANAGEMENT

This article analyzes the approaches that reveal the concept of «land and property complex». Actual problems that negatively affect the legal regulation of the land and property complex are identified.

Key words: unified real estate complex, land and property complex, land plot, property complex, municipal formation, municipal administration, enterprise.

Управление земельно-имущественным комплексом в современных российских условиях реализуется в целях повышения условий жизнедеятельности населения. Муниципальные органы власти предпринимают усилия по реализации рассматриваемой сферы муниципального управления. В настоящее время на муниципальные органы власти возложена ответственность за социально-экономическое развитие муниципального образования. Об актуальности темы свидетельствует тот факт, что Ивановский муниципальный район характеризуется постоянным расширением земельно-имущественного комплекса. Так, на-

пример, в 2019 г. увеличение объектов недвижимого имущества, находящегося в собственности Ивановского муниципального района, составило 3,07 % (670 объектов). В 2019 г. было предоставлено 1028 земельных участков в аренду, что 2,09 % больше, чем за аналогичный период 2018 г. Развитие земельно-имущественного комплекса связано в первую очередь с приемом объектов коммунальной и социальной инфраструктуры от государственных предприятий.

На 01.01.2020 г. земельно-имущественный комплекс Ивановской области представлен следующим образом [4]:

- 3070 объектов недвижимости;
- 1934 земельных участка, общей площадью 8,8 тыс. га

(рис. 1).

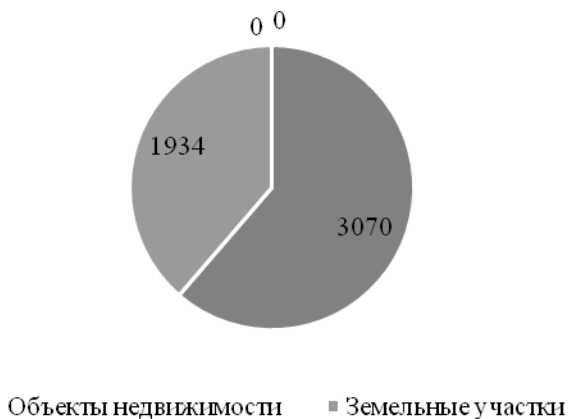


Рис. 1. Земельно-имущественный комплекс Ивановской области

Заметим, что Ивановская область характеризуется постепенным увеличением количества земельных участков, находящихся в собственности субъекта Федерации. Рассматриваемая динамика благоприятно отражается на формирование и развитие земельных отношений. Однако остается проблемным вопрос, заключающийся в постепенном снижении объектов недвижимости (рис. 2). Так, например, в 2019 г. количество объектов сократилось на 3,7 % [4].

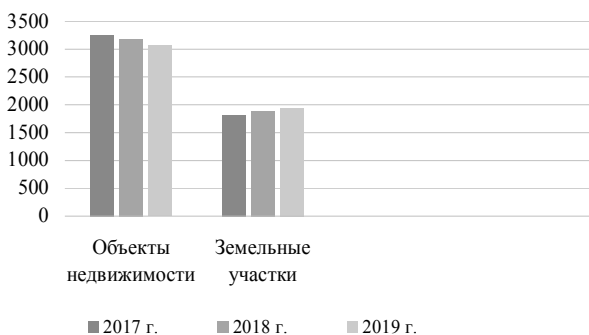


Рис. 2. Динамика развития земельно-имущественного комплекса Ивановской области

Отличительной особенностью формирования и развития земельно-имущественного комплекса Ивановской области является то обстоятельство, что бюджет субъекта Федерации ежегодно пополняется за счет сдачи в аренду имущества и земельных участков, принадлежащих Ивановской области. Заметим, что в 2019 г. региональный бюджет был пополнен 23,1 млн р. [4]. Однако заметим, что в 2019 г. поступило доходов в бюджет Ивановской области от сдачи в аренду объектов земельно-имущественного комплекса региона на 2,2 млн меньше, чем в 2017 г., что связано в первую очередь с уменьшением количества объектов капитального строительства (рис. 3).

В научной литературе остается дискуссионным вопрос о понятии земельно-имущественного комплекса. В подтверждении сказанному необходимо указать, что на законодательном уровне до сих пор не выработано единого понимания рассматриваемого института муниципального управления. В рамках данной научной статьи автором изучены основные подходы к пониманию категории «земельно-имущественный комплекс».

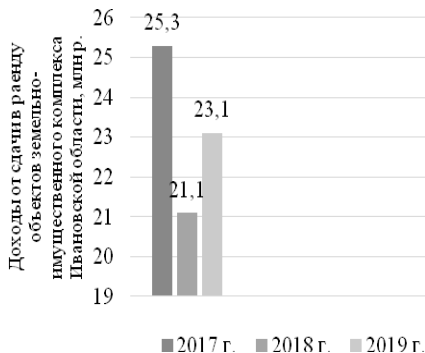


Рис. 3. Доходы от сдачи в аренду земельных участков и недвижимости

А. Г. Дамрин понимает под земельно-имущественным комплексом «земельный участок, на котором размещена недвижимость различного социально-экономического назначения» [6, с. 513]. Как следует из приведенного определения, автор не дает содержательного раскрытия сущностной и целевой составляющих земельно-имущественного комплекса. А. Г. Дамрин акцентирует внимание сугубо на недвижимости, указывая при этом на территориальное размещение ее на определенном земельном участке или их совокупности, а также и определяя ее специфику, заключающуюся в социально-экономическом назначении.

Т. И. Хаметов рассматривает земельно-имущественный комплекс как «совокупность недвижимости, объединенной одной территорией» [10, с. 364]. Следует согласиться с мнением автора, т. к. основными элементами земельно-имущественного комплекса являются земля и совокупность объектов недвижимости, размещенных на определенном земельном участке. Т. И. Хаметов выделяет ключевой признак, характерный для земельно-имущественного комплекса, заключающийся во взаимозависимости земельного участка и объектов недвижимости. В действительности, если рассматривать обозначенные выше объекты по отдельности, то нельзя говорить о сформированном земельно-имущественном комплексе.

О. А. Бондаренко определяет земельно-имущественный комплекс как «совокупность земельного участка и недвижимости, размещенной на нем, используемой на основании ее функционального назначения» [5, с. 10]. Основным достоинством предложенного автором определения, является взаимосвязь названных элементов земельно-имущественного комплекса. О. А. Бондаренко указывает на функциональность объектов недвижимости, размещенных на заданном земельном участке, что и обуславливает необходимость формирования рассматриваемого комплекса.

По мнению Ю. М. Рогатнева, земельно-имущественный комплекс может быть представлен в виде двух форм, либо земельный участок без каких-либо строений, либо земельный участок с размещенными на нем объектов строительства вне зависимости от степени их завершенности» [9, с. 834]. С определением, приведенным автором, сложно согласиться по причине его противоречивости и несогласованности. Отнесение к земельно-имущественному комплексу сугубо земельного участка является ошибочным и неверным.

По мнению А. С. Павловой, земельно-имущественный комплекс муниципального образования представляет собой «взаимосвязанную систему земельных участков и размещенных на них объектов недвижимости, находящемся в собственности муниципального образования» [8, с. 12]. Автором, так же, как и О. А. Бондаренко, указывается на взаимосвязь и взаимозависимость элементов земельно-имущественного комплекса.

Интересной является точка зрения В. И. Кравцова на определение понятия «земельно-имущественного комплекса», под которым автор предлагает понимать «совокупность объектов недвижимости и территории, где земля выступает в качестве системообразующего пространственного базиса, функционирующего в социально-экономической среде, а также объекта имущественных прав, что в свою очередь делает ее (землю) важнейшим фактором организации производства, реализованного во всех формах собственности и использования» [7, с. 137]. Основным достоинством приведенного автором определения является указание на первостепенность и значимость земельного участка по причине того, что на нем размещаются строения,

здания, сооружения, жилые помещения и иные объекты недвижимости, необходимые для осуществления и реализации производственной, социально-экономической функции. Мы соглашались с мнением автора, т. к. без выделения земельного участка как отдельного территориального объектов невозможно создание, функционирование земельно-имущественного комплекса.

Таким образом, под земельно-имущественным комплексом следует понимать совокупность объектов недвижимости (предприятия, единые недвижимые комплексы), находящихся в прочной взаимосвязи с земельными участками, обеспечивающих реализацию прав по владению, распоряжению и пользованию названными объектами в целях осуществления экономической, производственной или социально-ориентированной деятельности. Из сказанного следует, что для рассматриваемого института характерно то, что объекты недвижимости объединены одной территорией по причине того, что они размещены на определенном земельном участке исходя из функционального, социально-экономического назначения.

Отличительной особенностью земельно-имущественного комплекса является то, что основными элементами являются предприятия или единый недвижимый комплекс, размещенный на определенном земельном участке исходя из функционального, производственного и социально-экономического назначения. При этом заметим, что для предприятия или единого недвижимого комплекса характерна обязательная государственная регистрация, осуществляемая в соответствии с Федеральным законом от 13.07.2015 г. № 218-ФЗ «О государственной регистрации недвижимости» [3].

К объектам земельно-имущественного комплекса, формируемых на муниципальном уровне, следует отнести: муниципальный жилищный фонд; находящиеся в муниципальной собственности земельно-имущественные комплексы; недвижимость, являющуюся собственностью муниципального унитарного предприятия (учреждения).

Как было сказано выше, на законодательном уровне до сих пор не разработано официального (т. е. легального) определения понятия «земельно-имущественного комплекса», что затрудняет раскрытие его сущности, основных элементов, порядка

и механизма оценки. Немаловажное значение на сформированность и развитость рассматриваемого института, оказывает и то, что на муниципальном уровне не определены цели, задачи и направления муниципального управления земельно-имущественным комплексом.

Правовая регламентация института «имущественный комплекс» осуществлена гражданским законодательством. Обратим внимание, что Гражданским кодексом Российской Федерации [1] (далее – ГК РФ) определяет состав недвижимого имущества, к числу которых законодатель отнес предприятие, сооружение, здание, единый недвижимый комплекс, жилое и нежилое помещение, а также и объекты незавершенного строительства.

Земельным кодексом Российской Федерации [2] (далее – ЗК РФ) не дается ответа на вопрос по поводу того, что следует понимать под земельным комплексом. Однако заметим, что ЗК РФ детализирует правовые основы и правовой режим земли и земельного участка, основания возникновения прав на землю.

Как следует из сказанного, гражданским законодательством, в отличие от земельного законодательства, определяются основные составляющие имущественного комплекса (предприятие и единый недвижимый комплекс), раскрываются при этом гражданско-правовые характеристики, порядок государственной регистрации прав и осуществления сделок с ними. Таким образом, целесообразно дополнить положения ГК РФ и ЗК РФ правовой нормой, раскрывающей понятие «земельно-имущественный комплекс», его основные составляющие, вопросы правового регулирования и совершения сделок с ним.

Другой проблемой, негативно отражающейся на формировании и развитии земельно-имущественного комплекса, является отсутствие муниципальных правовых актов, определяющих механизм совершенствования управления и распоряжения названным комплексом. Так, например, уполномоченными органами местного самоуправления не разработаны муниципальные программы, направленные на установление инновационных принципов и механизмов управления земельно-имущественным комплексом. С учетом сказанного, органам местного самоуправления муниципальных образований Ивановской области целесообразно изучить успешный опыт по реформированию

муниципального управления земельно-имущественными комплексами, в частности, опыт Киселевского городского округа, Старорусского муниципального района, Чернышевского района.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) : Федеральный закон № 51-ФЗ от 30.11.1994 г. (ред. от 31.07.2020 г.) // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301; Собрание законодательства РФ. 2020. № 31. Ч. I. Ст. 5010.

2. Земельный кодекс Российской Федерации : Федеральный закон № 136-ФЗ от 25.10.2001 г. (ред. от 31.07.2020 г.) // Собрание законодательства РФ. 2001. № 44. Ст. 4147; Собрание законодательства РФ. 2020. № 29. Ст. 4504.

3. О государственной регистрации недвижимости : Федеральный закон № 218-ФЗ от 13.07.2015 г. (ред. от 31.07.2020 г.) // Собрание законодательства РФ. 2015. № 29. Ч. I. Ст. 4344; Собрание законодательства РФ. 2020. № 31. Ч. I. Ст. 5028.

4. Отчеты Департамента управления имуществом Ивановской области о проделанной работе. URL: <https://dui.ivanovoobl.ru/deyatelnost/otchet-y-o-deyatelnosti> (дата обращения: 20.10.2020).

5. *Бондаренко О. А.* Управление земельно-имущественным комплексом города Ростова-На-Дону // Современные вопросы землеустройства, кадастра и мониторинга земель. 2016. С. 9–12.

6. *Дамрин А. Г.* Система управления земельно-имущественным комплексом города Оренбурга // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. 2016. С. 512–515.

7. *Кравцов В. И.* Земельно-имущественный комплекс как территориально-организованная экономическая система // Вестник Оренбургского государственного университета. 2006. № 8. С. 135–140.

8. *Павлова А. С.* Земельно-имущественный комплекс: сущность и особенности управления // Теория и практика современной науки. 2016. № 12-2 (18). С. 10–15.

9. *Рогатнев Ю. М.* Роль методов в работе с понятиями: примеры в изучении земельно-имущественного комплекса // Омские научные чтения. 2017. С. 832–835.

10. *Хаматов Т. И.* Земельно-имущественный комплекс – основа развития земельно-имущественных отношений // Управление земельно-имущественными отношениями. 2016. С. 364–366.

А. И. Уткин

**ПРИМЕНЕНИЕ ДИОФАНТОВЫХ УРАВНЕНИЙ
В МОДЕЛИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА
РЕГИОНАЛЬНОГО КЛАСТЕРА
НА ОСНОВЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ
СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ**

Представлена процессная модель «диофантовых колебаний» при моделировании экономического потенциала инновационного кластера Ивановской области. С использованием диофантовых уравнений усовершенствован инструментарий комплексной оценки устойчивого развития кластерообразующих предприятий на основе сбалансированной системы показателей.

Ключевые слова: диофантовы уравнения, «диофантовы колебания», инновационный кластер, кластерообразующие предприятия, экономический потенциал, сбалансированная система показателей.

А. I. Utkin

**APPLICATION OF DIOPHANTINE EQUATIONS IN MODELING
THE ECONOMIC POTENTIAL OF REGIONAL CLUSTER
THROUGH BALANCED SCORECARD**

This article presents a process model of «Diophantine oscillations» when modeling the economic potential of innovative cluster in Ivanovo region. Using Diophantine equations, the tools for comprehensive assessment of cluster-forming enterprises' sustainable development based on a balanced scorecard are improved.

Key words: Diophantine equations, «Diophantine oscillations», innovative cluster, cluster-forming enterprises, economic potential, balanced scorecard.

Отличительной особенностью современной интерпретации диофантовых уравнений, предложенных в III в. н. э. александрийским математиком Диофантом в трактате «Арифмети-

ка», является возможность переноса наметившихся тенденций множественных пространств чисел в область моделирования территориальных социально-экономических систем и процессов [2]. В связи с этим в настоящее время многосторонний механизм управления эффективностью деятельности кластерообразующих предприятий Ивановской области должен учитывать последствия возникновения «диофантовых колебаний», определяющих функционально-математическую неравномерность инновационного развития хозяйствующих субъектов в условиях цифровизации. Применение модифицированных рациональных вариантов диофантовых уравнений вида $P(x_1 \dots x_n) = 0$ в моделировании экономического потенциала регионального инновационного кластера позволит при устранении «диофантовых колебаний» сформировать дополнительные стратегические перспективы результативности бизнес-процессов кластерообразующих предприятий в рамках сбалансированной системы показателей. В данном случае ключевые опорные показатели, образующие интегрированные стратегические проекции кластера под влиянием позитивных и негативных факторов, смогут генерировать специфические особенности состояния предприятий и выбор экономико-математического инструментария управления финансовыми процессами в кластерной экономике [4, 5].

Проблема исследования заключается в определении современных вариантов модификации функций множеств параметров диофантовых уравнений с целью их использования при совершенствовании инструментов комплексной оценки и повышения эффективности деятельности кластерообразующих предприятий Ивановской области. В рамках каждой стратегической проекции интегрированной сбалансированной системы показателей, выступающей универсальным инструментом оценки устойчивого развития предприятий и кластерной системы в целом, различные варианты модификации функций множеств параметров диофантовых уравнений способны вызывать прогрессирующие эффекты в развитии экономического потенциала кластера и обеспечивать высокий уровень эффективности с более быстрыми темпами.

Принципы разрешимости алгебраических диофантовых уравнений, предлагаемые И. М. Виноградовым [2] при корректировке моделей поиска недостающих переменных в совокупном потенциале системы, не могут быть использованы в полной мере для построения модели экономического потенциала регионального кластера и отражения в ней функции «диофантовых колебаний». При этом принцип единства стимулирующих механизмов достижения успехов в финансовой деятельности, используемый авторами различных методик оценки эффективности предприятий на основе сбалансированной системы показателей [1, 3], также требует уточнения и не может применяться для нахождения рациональных вариантов модификации функций множеств параметров диофантовых уравнений. В современных реалиях процессная модель «диофантовых колебаний» должна основываться на взаимосвязи вариантов диофантовых уравнений и различных параметров кластерных процессов Ивановской области с раскрытием условий конкурентных преимуществ, формирующих дополнительные проекции сбалансированной системы показателей (рис.).

В представленной модели при выборе векторов переноса тенденций любое «диофантово колебание» преобразовывается в другое и тем самым формирует две дополнительные стратегические проекции сбалансированной системы показателей: «Финансовая эмерджентность» и «Финансовая цикличность». При этом множество переменных и множество решений получаемых новых вариантов модификации функций множеств параметров диофантовых уравнений может оказаться совершенно другим.

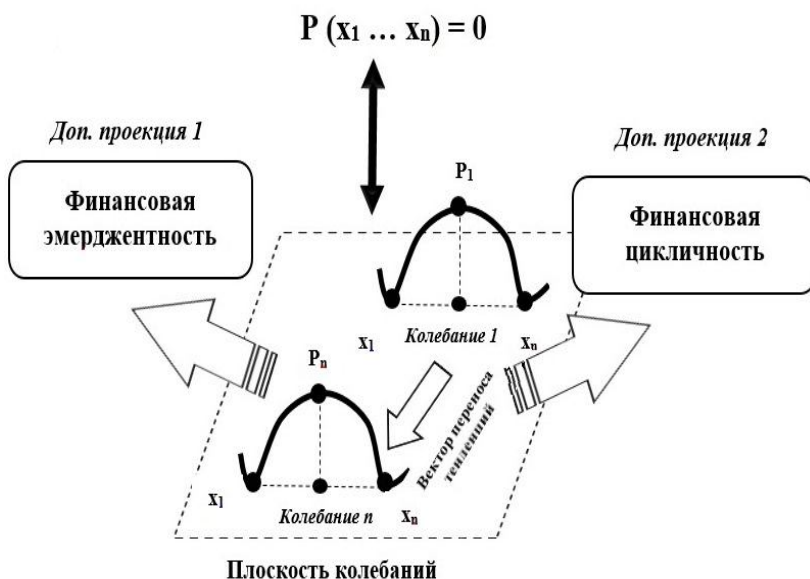


Рис. Процессная модель «диофантовых колебаний» при формировании дополнительных стратегических проекций сбалансированной системы показателей оценки экономического потенциала инновационного кластера Ивановской области

Современные варианты модификации функций множеств параметров диофантовых уравнений, подходящие для совершенствования стратегических проекций экономического потенциала регионального кластера и повышения его эффективности, представлены в виде структурно-логической модели (табл.). Предлагаемый авторский подход является совершенно новым, поскольку учитывает внутренние взаимосвязи производственно-инновационной активности кластера и математического описания процессов возрождения отраслевого комплекса региона.

Таблица

Совершенствование инструментария комплексной оценки стратегических проекций экономического потенциала инновационного кластера и кластерообразующих предприятий Ивановской области в рамках концепции сбалансированной системы показателей с использованием диофантовых уравнений (авторский вариант)

Вариант модификации функций множеств параметров диофантовых уравнений	Интегрированные проекции сбалансированной системы показателей			
	Финансовая эмерджентность	Финансовая цикличность	Удовлетворенность потребителей	Инновационное развитие
1	2	3	4	5
Инструменты (индикаторы) достижения высокого уровня инвестиционной привлекательности				
$F(x, y, z, i) = 0$	Уровень финансовой цикличности экономических систем (параметр X)	Уровень надежности экономической политики (параметр Y)	Уровень влияния на интересы потребителей (параметр Z)	Уровень инновационной активности кластерных ресурсов (параметр I)
$F(x, y, z, i) = N$	Уровень финансовой эмерджентности кластерных сегментов (параметр X)	Уровень зависимости производства от конкурентных преимуществ (параметр Y)	Уровень цикличности общественного воспроизводства (параметр Z)	Уровень развития региональных инновационных сегментов (параметр I)
$F(x, y, z, i) = N$	Уровень оптимизации финансово-информационных потоков (параметр X)	Уровень функционального соответствия конкурентных преимуществ (параметр Y)	Уровень функциональности интересов потребителей (параметр Z)	Уровень взаимозаменяемости кластерных производств (параметр I)

Продолжение табл.

1	2	3	4	5
Инструменты (индикаторы) стабилизации развития приоритетных видов экономической деятельности				
$F(x, y, z, i, t) = 0$ (t – фактор времени)	Уровень финансовой цикличности экономических систем (параметр X)	Уровень взаимозаменяемости кластерообразующих производств (параметр Y)	Уровень компромиссности региональной кластерной политики (параметр Z)	Уровень инновационной активности кластерных ресурсов (параметр I)
$F(x, y, z, i, t) = N$ (t – фактор времени)	Уровень наращивания долговых обязательств кластерообразующих предприятий (параметр X)	Уровень «рассогласованности» конкурентных преимуществ (параметр Y)	Уровень цикличности общественного воспроизводства (параметр Z)	Уровень развития региональных инновационных сегментов (параметр I)
$F(x, y, z, i, t) = N$ (t – фактор времени)	Уровень охвата финансово-экономической цифровизации (параметр X)	Уровень функционального соответствия конкурентных преимуществ (параметр Y)	Уровень функциональности интересов потребителей (параметр Z)	Уровень взаимозаменяемости кластерных производств (параметр I)
Инструменты (индикаторы) стабилизации производственной активности				
$F(x, y, z, i, t) = 0$ (t – фактор времени)	Уровень финансовой цикличности экономических систем (параметр X)	Уровень надежности экономической политики (параметр Y)	Уровень компромиссности региональной кластерной политики (параметр Z)	Уровень инновационной активности кластерных ресурсов (параметр I)
$F(x, y, z, i, t) = N$ (t – фактор времени)	Уровень налоговой нагрузки кластерообразующих предприятий (параметр X)	Уровень зависимости производства от конкурентных преимуществ (параметр Y)	Уровень критериальности рейтингования кластерообразующих предприятий (параметр Z)	Уровень развития региональных инновационных сегментов (параметр I)

Окончание табл.

1	2	3	4	5
$F(x, y, z, i, t) = N$ (t – фактор времени)	Уровень охвата финансово-экономической цифровизации (параметр X)	Уровень зависимости от структурных и технологических изменений (параметр Y)	Уровень функциональности интересов потребителей (параметр Z)	Уровень взаимозаменяемости кластерных производств (параметр I)
Инструменты (индикаторы) формирования максимального экономического потенциала				
$F(x, y, z, i, s, t, k) = 0$ (s – фактор разрешимости противоречий; t – фактор времени; k – фактор конкурентных преимуществ)	Уровень финансовой цикличности экономических систем (параметр X)	Уровень взаимозаменяемости кластероёмких производств (параметр Y)	Уровень компромиссности региональной кластерной политики (параметр Z)	Уровень результативности сегментов цифровой кластеризации (параметр I)
$F(x, y, z, i, s, t, k) = N$ (s – фактор разрешимости противоречий; t – фактор времени; k – фактор конкурентных преимуществ)	Уровень финансовой эмерджентности кластерных сегментов (параметр X)	Уровень «рассогласованности» конкурентных преимуществ (параметр Y)	Уровень внедрения кластерной парадигмы (параметр Z)	Уровень развития региональных инновационных сегментов (параметр I)
$F(x, y, z, i, s, t, k) = N$ (s – фактор разрешимости противоречий; t – фактор времени; k – фактор конкурентных преимуществ)	Уровень охвата финансово-экономической цифровизации (параметр X)	Уровень функционального соответствия конкурентных преимуществ (параметр Y)	Уровень функциональности интересов потребителей (параметр Z)	Уровень лидерства в кластерно-сетевой системе (параметр I)

В условиях обострения проблем, происходящих под влиянием негативных факторов инвестирования, эффективность инновационного кластера Ивановской области на основе усовершенствованного инструментария можно комплексно оценить как недостаточно высокую (экономический потенциал кластера в рамках стратегических проекций «Финансовая эмерджентность» и «Финансовая цикличность» при использовании вариантов модификации функций множеств параметров диофантовых уравнений не удовлетворяет уровню высокоэффективных кластероёмких производств).

Таким образом, совершенствование инструментария комплексной оценки устойчивого развития регионального кластера на основе сбалансированной системы показателей с использованием диофантовых уравнений позволило создать комплексную математико-стратегическую систему управления эффективностью деятельности кластерообразующих предприятий Ивановской области. Полученные варианты модификации функций множеств параметров уравнений учитывают цели устойчивого развития кластера и факторы выбора экономико-математического аппарата оценки региональных социально-экономических и инновационных процессов.

Библиографический список

1. *Бунимович И. Д.* Подход к разработке стратегии развития региональной инновационной системы на основе системы сбалансированных показателей // Управление устойчивым развитием. 2016. № 3. С. 18–24.
2. *Виноградов И. М.* Математическая энциклопедия. М. : Советская энциклопедия, 1977. 5760 с.
3. *Красникова А. В.* Повышение эффективности управления устойчивым развитием предприятия на основе применения сбалансированной системы показателей // Экономинфо. 2015. № 23. С. 43–47.
4. *Уткин А. И., Сперанский С. Н.* Управление доходным потенциалом кластерообразующих предприятий Ивановской области // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2019. № 3 (381). С. 14–20.
5. *Уткин А. И., Тихомирова В. П.* Критериальный подход к формированию финансовой проекции сбалансированной системы показателей // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2020. Вып. 2 (44). С. 98–105.

МИКРОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

УДК 339.13

Т. А. Денисова, А. А. Жерелова

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассматриваются некоторые методические вопросы разработки стратегии конкурентного развития предприятия. Сделан вывод о необходимости поэтапного развития конкурентной стратегии на основе аудита конкурентной среды.

Ключевые слова: структура рынка, конкурентоспособность, значимые показатели, конкурентная позиция, группировка.

T. A. Denisova, A. A. Zherelova

METHODOLOGICAL ASPECTS OF DEVELOPING A COMPETITIVE STRATEGY FOR AN ENTERPRISE

This article discusses some of the methodological issues of developing a strategy for the competitive development of an enterprise. The conclusion is made about the need for a step-by-step development of a competitive strategy based on an audit of the competitive environment.

Key words: market structure, competitiveness, significant indicators, competitive position, grouping.

Каждый отраслевой рынок характеризуется системой специфических показателей, которые связаны с особенностями продукции и состоянием рынка (типом рынка).

В зависимости от типа рынка и уровня его развития, экономическое поведение и цели фирмы различаются.

В соответствии с принятой классификацией типы рынков, в зависимости от степени конкуренции, разделяют на четыре

группы: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия и монополия. Но настолько четкая классификация, на современном рынке, не может существовать без привнесения условностей в анализ, так как, невозможно точно отнести все характеристики конкретного рынка к одному типу, это определяется неоднородностью и разнообразием современных рынков.

Для правильной постановки целей в деятельности фирмы следует исходить из того, к какому типу тяготеет рынок, что даст возможность выделить основные факторы успеха на рынке.

Определив тип рынка, необходимо описать структуру его функционирования. С применением системного подхода, выделяют основные блоки, входящие в эту систему: базовые условия функционирования, поведение фирм, результативность рынка и государственная политика.

Характеристикой деятельности фирмы, непосредственно влияющей на её положение на рынке, и отражающей способность увеличивать эффективность работы, является масштаб деятельности, который определяется относительными оценками по показателям числа занятых работников, объему продаж, активам, финансовым результатам и некоторым другим.

Для анализа, можно проранжировать все действующие в определённой отрасли фирмы, по масштабам деятельности и тем самым выявить лидеров рынка, однако, для объективных данных, мы предлагаем, разделить полученную совокупность на группы по ключевому оценочному показателю. Это может быть величина годового оборота капитала, объёмы продаж, производственный потенциал, финансовая эффективность.

Выделение групп обеспечивает сопоставимость проводимых оценок, позволяет точнее определить реальных рыночных конкурентов и формирует объективную основу для понимания динамической картины конкурентного лидерства, т. к. при приближении фирмы к верхней границе показателей в своей группе её конкурентами становятся фирмы, которые в анализируемой группировке включены в группу более высокого уровня.

Результаты сопоставления производственно-финансовых показателей деятельности фирм, у которых основной вид деятельности определён кодом 46.69.3 по ОКВЭД, позволяют

считать практически значимой в анализе конкурентоспособности группировку, представленную в табл. 1.

При разработке данной таблицы использованы сведения об особенностях рынка дорожно-строительных работ (см.: *Нотченко В. В., Виноградова О. В., Звягинцева Т. В.* Особенности рынка дорожно-строительных работ и конкурентные характеристики предприятий, функционирующих на данном рынке // Вестник Псковского государственного университета. Сер.: Экономика. Право. Управление. 2017. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-rynka-dorozhno-stroitelnyh-rabot-i-konkurentnye-harakteristiki-predpriyatiyfunktsioniruyuschih-na-dannom-rynke>).

Таблица 1

Показатели деятельности фирм, специализирующихся на продаже дорожно-строительной техники, определяющие их устойчивую конкурентную позицию

Признаки группировки фирм	Признак показателей	Показатели деятельности
1	2	3
Крупные фирмы		
<p><i>Масштаб деятельности:</i> – Годовой оборот капитала: свыше 100 млн р.; – Штат сотрудников: свыше 500 чел. ***</p> <p><i>Оценка способности использовать технический и финансовый потенциал:</i> – Способно быть лучше многих; – Способно быть первым; – Способно стать монополистом</p>	Экономические	Соотношение прибыли и затрат, позволяющее снизить цену
		Соответствие высоким показателям экономической эффективности деятельности фирмы
	Финансовые	Получение банковских гарантий
		Наличие свободных финансовых ресурсов
	Ресурсные	Разнообразие товара и технических возможностей, для широкого спектра работ
		Обладание правами и возможностями использования инновационных технологий, как в товарах, так и в способах продаж
Высокая квалификация и полное обладание компетенциями у большинства сотрудников		

Продолжение табл.

1	2	3
		Постоянное использование систем аттестации сотрудников и систем повышения квалификации
	Репутационные	Высокая узнаваемость фирмы и бренда
		Достаточный опыт в дорожно-строительной отрасли, как у управляющего персонала, так и у сотрудников
		Выполнение гарантийных обязательств в ретроспективный период
		Отсутствие юридических претензий со стороны партнеров по бизнесу и государственных органов
	Организационные	Наличие возможностей и опыта быстрого и экономного перемещения ресурсов к месту дорожных работ (высокая мобильность)
		Членство в Саморегулируемой организации (СРО)
		Эффективная организация работ с учетом цикличности их выполнения
	Рыночные	Соответствие высоким требованиям к товарам и работам как со стороны государственных и муниципальных заказчиков, так и частных заказчиков
		Умение пользоваться своими конкурентными преимуществами с учетом особенностей инфраструктуры бизнеса в дорожно-строительной сфере
		Готовность к кооперации с предприятиями-партнерами

Продолжение табл.

1	2	3
Средние фирмы		
<p><i>Масштаб деятельности:</i> – Годовой оборот капитала: до 100 млн р.; – Штат сотрудников: от 100 до 500 чел.</p> <p>***</p> <p><i>Оценка способности использовать технический и финансовый потенциал:</i> – Способно сохранить потенциал; – Способно быть лучшей части других</p>	Экономические	Соотношение прибыли и затрат, позволяющее при необходимости снизить цену
		Показатели эффективности деятельности фирмы соответствуют выше среднего показателям по данному рынку
	Финансовые	Наличие возможности привлечения дополнительных финансовых ресурсов
		Признание банковскими организациями фирмы, как надежного контрагента для получения кредитов и участия в государственных заказах
	Ресурсные	Наличие товара, пользующего спросом в данный момент на рынке, и возможности для быстрого заказа и передачи товара покупателю при отсутствии товара на складе
		Наличие возможности по постепенному внедрению инновационных технологий
		Наличие сотрудников с высокой квалификацией
		Периодичное проведение тренингов по повышению квалификации персонала и систем аттестации
	Репутационные	Узнаваемость фирмы на региональном уровне
		Доверительные взаимоотношения с контрагентами
		Наличие полного гарантийного обслуживания дорожно-строительной техники
		Достаточный опыт в дорожно-строительной отрасли

Окончание табл.

1	2	3
	Организа- ционные	Эффективная организация работ с учетом цикличности их выполнения и масштабов деятельности фирмы
	Рыночные	Соответствие требованиям к товарам и работам как со стороны государственных и муниципальных заказчиков, так и частных заказчиков
		Умение выделять и пользоваться своими конкурентными преимуществами с учетом особенностей инфраструктуры бизнеса в дорожно-строительной сфере
Мелкие фирмы		
<p><i>Масштаб деятельности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Годовой оборот капитала: до 5 млн р. – Штат сотрудников: до 100 чел. <p>***</p> <ul style="list-style-type: none"> – Способно выжить; – Способно сохранить основные структурные элементы и капитал 	Экономиче- ские	Получение прибыли от основного вида деятельности
	Финансовые	Признание банковскими организациями фирмы, как надежного контрагента для получения кредитов
	Ресурсные	Наличие товара, пользующего спросом в данный момент на рынке
		Наличие сотрудников со средней квалификацией и опытом работы в данной отрасли
	Репутаци- онные	Проведение рекламной компании на региональном уровне
	Организа- ционные	Наличие у руководства или управляющего персонала опыта работы в дорожно-строительной сфере
	Рыночные	Соответствие основным требованиям и стандартам товаров и работ

Выделение данных групп из общей совокупности фирм, функционирующих на рынке дорожно-строительной техники, а также выбор показателей для формирования групп определяется

спецификой самого реализуемого продукта и особенностями тех работ, для которых приобретается данное оборудование. Аналогичную группировку можно построить и по другим сферам деятельности.

Как видно из составленной таблицы, требования к эффективности работы фирмы возрастают при расширении масштабов деятельности, а значит, чем больше становится фирма, тем более сложные условия сохранения ею своей рыночной позиции. Таким образом, конкурентная позиция фирмы должна определяться внутри своей группы, что позволит формировать более достижимые стратегические цели в конкурентном развитии.

При этом следует учитывать, что конкурентная позиция фирмы может меняться за счёт влияния факторов макросреды.

При изменении параметров макросреды следует проводить аудит выполненной группировки, т. к. конкурентоспособность фирмы – результат не только её деятельности, но отражение состояния того сегмента рынка, в котором она функционирует. Данный аспект необходимо учитывать при разработке методики оценки и формировании стратегий повышения конкурентоспособности фирмы.

УДК 339.138

Д. С. Дмитриева

ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ И СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В настоящей статье рассматриваются понятийный аппарат и сущность стратегического маркетинга для современной организации, а также основные цели, задачи и важность стратегического маркетинга.

Ключевые слова: стратегический маркетинг, стратегия предприятия, маркетинговая деятельность предприятия, бизнес.

CONCEPTUAL FRAMEWORK AND ESSENCE OF STRATEGIC MARKETING FOR A MODERN ORGANIZATION

In this article discusses the conceptual framework and essence of strategic marketing for a modern organization, as well as the main goals, objectives and importance of strategic marketing.

Key words: strategic marketing, enterprise strategy, marketing activity of the enterprise, business.

В экономической литературе существует большое количество определений стратегического маркетинга. Рассмотрим основные из них.

Жан-Жак Ламбен рассматривает стратегический маркетинг – как аналитический процесс, в ходе которого компания пытается обнаружить неудовлетворенные потребности у физических лиц и впоследствии разработать адаптированные товары для удовлетворения потребителя [1, с. 89].

Р. А. Фатхутдинов характеризует стратегический маркетинг как дорогой инструмент прогнозирования, положительным результатом которого будет конкурентоспособность на рынке перспективных товаров и услуг, которые компания предложит клиенту [5, с. 45].

Стратегический маркетинг – это постоянно развивающееся направление маркетинговой деятельности, современная философия бизнеса, которая ориентирует компании на долговременное развитие с учетом интенсивно изменяющейся внешней и внутренней среды [2, с. 46]. Также это постоянный и систематический анализ потребностей рынка, предусматривающий разработку эффективных товаров, которые предназначены для конкретных групп потребителей и обладают особыми свойствами, отличающими их от товаров-конкурентов и таким образом создающими устойчивое конкурентное преимущество.

Большинство специалистов поддерживают точку зрения о том, что стратегический маркетинг – это процесс стратегического управления организацией, основанный на принципах ориентации на клиента, активного влияния на рынок, построения гиб-

кой информационной системы, позволяющей видеть все возможности и угрозы внешней среды, управлять знаниями и развивать конкурентные преимущества организации, создавать продукты, востребованные рынком.

Анализируя приведенные определения, можно выделить ключевые моменты, которые наиболее полно раскрывают понятие: рыночные возможности и способности организации, возможности и угрозы внешней среды, востребованный продукт, конкурентные преимущества, стратегия.

Рассмотрев ряд определений «стратегического маркетинга», можно сформулировать собственное понятие данного термина.

Стратегический маркетинг представляет собой четко определенную деятельность по разработке плана конкурентоспособности, основанную на изучении потребностей, ценностей, товаров и рынков.

Важно обратить внимание на тот факт, что появление стратегического маркетинга означает способность усиливать ключевые компетенции организации, восприимчивость к изменяющимся потребностям рынка, нацеленность на разработку новых товаров и признание глобального характера экономической конкуренции.

Говоря о стратегическом маркетинге, также нужно отметить, что он предполагает активные действия организации по созданию товаров и услуг, обладающих большей потребительской ценностью, чем у конкурирующих компаний.

Проанализировав ряд подходов разных авторов к определению маркетинговой стратегии, считаем возможным рассматривать ее как совокупность перспективных планов и задач в сфере маркетинга, направленных на достижение преимущественного положения на рынке. Отметим, что реализация маркетинговой стратегии осуществляется посредством комплекса маркетинга, направленного на формирование целевого рынка.

Из выделенных ключевых аспектов можно вывести цели и задачи стратегического маркетинга.

Цель стратегического маркетинга, по мнению Д. Кривенса, – «создание исключительной потребительской ценности путем комбинирования корпоративной и маркетинговой страте-

гий в комплексную программу рыночной ориентации организации» [3, с. 32].

Однако, большинство российских специалистов видят целью стратегического маркетинга формирование рыночной стратегии организации, способствующей увеличению ее среднерыночных показателей (занимаемой доли рынка, рентабельности продаж, уровня конкурентоспособности) в долгосрочной перспективе.

Важность стратегического маркетинга для реализации долгосрочных целей развития организации подтверждается многими практиками и учеными. Так, по мнению ряда экспертов, наличие у организации маркетинговой стратегии поднимает ее капитализацию в среднем на 18 %. При этом в таких отраслях, как торговля, транспорт, связь, этот показатель держится на уровне 21–22 %, в машиностроении 11 %.

Кроме того, стратегический маркетинг призван решить ряд задач, а именно:

- анализ желаний и потребностей ключевых групп покупателей;
- изучение спроса;
- анализ рынка и его отдельных сегментов;
- выбор целевых сегментов;
- разработка продуктовой концепции;
- обеспечение сбалансированной структуры товарного портфеля компании;
- конкурентный анализ и оценка конкурентоспособности;
- выявление и развитие конкурентных преимуществ;
- составление долгосрочного маркетингового плана;
- выбор стратегии развития [4, с. 32].

Говоря о роли стратегического маркетинга, нужно отметить, что она заключается в определении эволюции заданного рынка и выявлении различных существующих или потенциальных рынков либо их сегментов на основе анализа потребностей, нуждающихся в удовлетворении, чтобы ориентировать организацию на привлекательные экономические возможности, то есть возможности, которые адаптированы к имеющимся ресурсам и ноу-хау, и обеспечивают потенциал роста и рентабельности.

Говоря о маркетинговой деятельности организации, то она определяется как совокупность мероприятий, которые направлены на изучение следующих вопросов: анализ внешней среды, анализ потенциальных и существующих потребителей, изучение товарного ассортимента компании и планирование, планирование распределения и реализации продукции, формирование спроса и стимулирование сбыта, ценовая политика, удовлетворение технических и социальных норм государства, управление маркетингом как системой (планирование, разработка, внедрение и контроль маркетинговых мероприятий, оценка эффективности и рисков).

Подводя небольшой итог, отметим, что стратегический маркетинг – очень широкое и многоаспектное понятие, которое имеет свои особенности:

- целевая ориентированность на сбалансированность, гармонизацию интересов организации, потребителей и общества в целом; партнерство всех участников отношений рыночного обмена;

- аккумуляция новых особенностей и тенденций мирового хозяйства: наступательность, интегрированность, перспективность, эффективное исполнение, глобализация;

- использование результатов анализа и прогноза существенных условий окружающей среды, а также сильных и слабых сторон деятельности организации для повышения адаптации к новым условиям;

- сохранение и развитие достигнутых успехов, поиск новых возможностей, создание и обеспечение перспектив организации.

Для успешной реализации стратегического маркетинга в условиях динамичной рыночной среды необходимо, чтобы бизнес стал проактивным.

Организации в своей деятельности не всегда учитывают действия конкурентов и потребителей в силу следующих причин: конкурентные условия позволяют добиваться успеха в краткосрочной перспективе без необходимости прислушиваться к потребностям покупателей; разный уровень экономического развития в различных отраслях или странах может благоприятствовать разной философии бизнеса; организации могут понести

потери из-за стратегической инерции – автоматического продолжения стратегий, успешных в прошлом, даже если текущие рыночные условия изменяются.

Таким образом, очень важно обращать внимание на детали реализации стратегического маркетинга, чтобы сделать работу организации успешной.

На сегодняшний день для организаций, располагающих немалыми активами, фондоемким производством и имеющих большую протяженность производственной структуры, наличие маркетинговой стратегии считается просто необходимым условием выживания, а также большинство стратегических решений, которые принимает любая организация, лежат в сфере маркетинга. Создание нового бизнеса, слияние и поглощение, освоение новой рыночной ниши, дилерская политика, сужение или расширение продуктовой линейки, выбор поставщиков и партнеров – все эти и многие другие решения принимаются в рамках маркетинговой стратегии. От адекватности маркетинговой стратегии компании зависит успех бизнеса.

Библиографический список

1. *Голдратт Э.* Цель: процесс непрерывного совершенствования : пер. с англ. М. : Литагент «Альпина», 2016. 480 с.
2. *Котляревская И. В.* Стратегический маркетинг : учебное пособие : в 2 ч. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. Ч. 1. 138 с.
3. *Кревенс Д.* Стратегический маркетинг : пер. с англ. А. Р. Ганиевой и др. М. : ГПП Печ. Двор, 2015. 742 с.
4. *Паикус Н. А. и др.* Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М. : Юрайт, 2019. 225 с.
5. *Фатхутдинов Р. А.* Стратегический маркетинг : учебник. М. : Интел-Синтез, 2015. 640 с.

Е. А. Кольчугин, И. В. Курникова

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

Рассмотрены особенности организации финансового планирования на предприятиях малого бизнеса (на примере ООО «Корпорация Тентов»), отмечена важность формирования финансовых ресурсов в условиях кризиса 2020 года.

Ключевые слова: финансовое планирование, малый бизнес, финансовые ресурсы.

Е. А. Kolchughin, I. V. Kournikova

FEATURES OF FINANCIAL PLANNING AT SMALL BUSINESSES

This article discusses the features of the organization of financial planning in small businesses (for example, «Corporation Tentov»), the importance of financial formation in the conditions of the financial crisis in 2020.

Key words: financial planning, small business, financial resources.

Планирование – возможно один из самых важных аспектов в деятельности организации. Планирование охватывает обширный перечень направлений: от идеи до финансовых результатов.

Однако особую роль в системе внутрифирменного планирования занимает – финансовое планирование. Финансовое планирование позволяет в денежном выражении представить все хозяйственные процессы, протекающие на предприятии.

Чем точнее удастся рассчитать, спрогнозировать потребности в финансовых ресурсах, тем больше вероятность получить максимальный финансовый результат. Напротив, необоснованный финансовый план может привести к снижению возможных доходов организации, в самом худшем случае – к банкротству.

Финансовое планирование позволяет использовать конкурентные преимущества фирмы, обходить организации с большими финансовыми, техническими, трудовыми ресурсами. Финансовое планирование позволяет снижать всевозможные риски, выявить слабые стороны предприятия и найти способы трансформации их в сильные.

Наиболее значимые вопросы финансового планирования направлены на определение источников финансового обеспечения деятельности предприятия, рациональное распределение имеющихся финансовых ресурсов, оптимизацию расходов фирмы, концентрацию ресурсов на приоритетных для компании сферах, размещение финансовых потоков, эффективное использование свободные денежных средств.

Существенный вклад в исследовании данного вопроса внесли следующие авторы: В. В. Бочаров, С. О. Мусиенко, Г. В. Савицкая, А. В. Зеленева, Дж. К. Ван Хорн и другие.

Составление финансовых планов – необходимая задача, как для предприятий малого и среднего бизнеса, так и для крупных компаний и корпораций.

Финансовое планирование на малых предприятиях позволяет эффективнее принимать рациональные и организованные управленческие решения.

Применительно к субъектам малого предпринимательства актуальность выбранной темы состоит в том, они играют огромную роль в развитии и росте экономики. Малый бизнес создает рабочие места, быстро реагирует на изменения конъюнктуры рынка, способствует конкуренции, в ходе которой происходит совершенствование технологии производства, а также улучшение качества продукции для потребителей.

Текущий год был переворотным для многих, исключением не стали и представители малого бизнеса. Многие малые предприятия прекратили свою деятельность, в связи с карантинными мероприятиями, вынужденными простоями. Большинство субъектов были к этому не готовы.

Сохранить свой бизнес, остаться в конкурентной сфере удалось лишь тем малым предприятиям, которые, пусть и не в полном, частично, «на коленках» составляли перспективные

финансовые планы, готовясь ко всем сценариям развития, в том числе и наихудшим.

«2020 год стал одним из самых тяжелых для бизнеса, особенно для малых предприятий. Россия к августу 2020 года потеряла 1 млн 95 тыс. 423 микро-, малых и средних предприятия. В ситуации карантина и тотального падения спроса многие небольшие компании не смогли пережить кризис», – констатирует президент FinExpertiza Елена Трубникова [4].

На текущий момент, больше возможностей осуществлять финансовое планирование имеют крупные бизнес-структуры. На малых предприятиях, в большинстве случаев, все держится на 3–5 людях. Как правило, на них возложено множество задач, полномочий и до составления финансовых планов просто не хватает времени. Также существует проблема – отсутствие опыта, подходящих специалистов для этого процесса. Весь процесс ведения финансового хозяйства ложится на плечи директоров, либо главного бухгалтера.

Для планирования финансовых показателей используются различные системы методов. Основными методами финансового планирования являются:

1. Метод экономического анализа;
2. Метод экономико-математического моделирования;
3. Балансовый метод;
4. Нормативный метод;
5. Расчетно-аналитический метод [2, с. 41].

Для изучения практики финансового планирования нами было выбрано малое предприятие г. Иваново ООО «Корпорация Тентов».

ООО «Корпорация Тентов» – торговое предприятие, которое занимается продажей легковых прицепов, производством тентов на легковые прицепы и газели.

На предприятии, хоть и не в полном объеме, но осуществляется финансовое планирование.

Как и на многих малых предприятиях, финансовое планирование входит в обязанности директора и главного бухгалтера.

Создание специального подразделения, которое будет осуществлять этот процесс на данном этапе развития – не является возможным.

На предприятии ООО «Корпорация Тентов» составляются следующие виды финансовых планов.

1. План продаж в натуральном и стоимостном выражении с разбивкой по кварталам и месяцам. Поскольку предприятие малое, финансовое планирование составляется, на короткий промежуток времени – до квартала. На начало каждого месяца директор ставит план по продажам перед менеджерами, обговариваются бонусы – в случае его перевыполнения.

2. План погашения дебиторской задолженности – у компании действует ряд льготных условий по отсрочке платежей за товар: беспроцентная рассрочка и кредит под достаточно низкий процент у банка, с которым у предприятия заключен договор.

Деятельность предприятия связана с различными затратами трудовых, материальных, финансовых ресурсов. Все эти затраты формируют себестоимость продаж, поэтому на предприятии формируются бюджеты.

3. Составляется план по формированию себестоимости продукции, в который входят:

- определение закупочной стоимости сырья и материалов;
- прогноз общепроизводственных расходов;
- формирование фонда оплаты труда;
- составление предполагаемых коммерческих и управленческих расходов.

Эффективность планирования определяется через соотношение план/факт и выражается в наименьшем отклонении фактически достигнутых показателей от запланированных.

В качестве критических отклонений от плановых показателей берется величина, равная 25 %. В случае больших отклонений – происходит более глубокий анализ, факторов, повлекших эти изменения.

4. Определяется план погашения кредиторской задолженности на основании актов взаимосверки с контрагентами.

5. Составляется итоговый бюджет – отчет о движении денежных средств.

В состав общепроизводственных расходов входят расходы на закупку расходников в мастерскую – отрезных дисков, различные виды болтов, поворотных скоб для тентов, люверсов, проволоки и т. д.

В состав коммерческих расходов входят:

- расходы корпоративного автотранспорта: бензин, масло;
- оплата услуг связи: Интернет, телефонная связь;
- канцтовары в офис: печатная бумага, обслуживание

принтера.

На рис. 1 приведен процент отклонений фактических значений от плановых показателей.

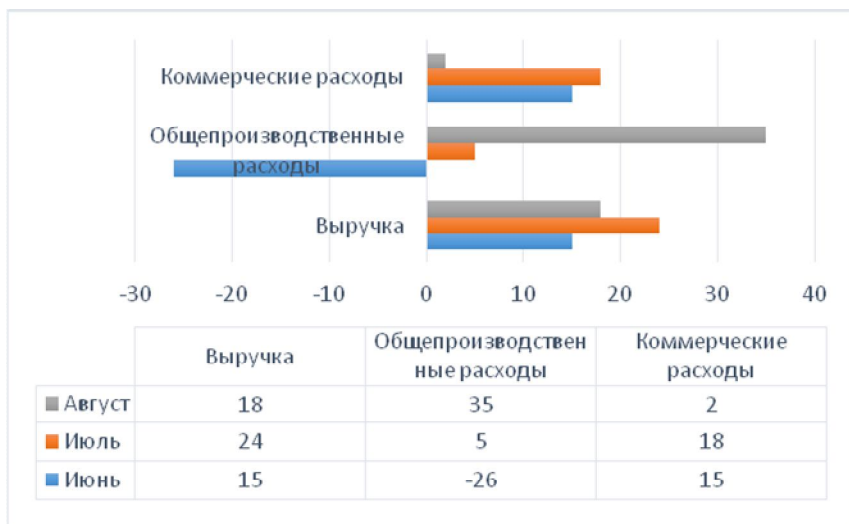


Рис. 1. Процент отклонения фактических значений составленных финансовых планов (тыс. р.)

Из диаграммы мы видим, что фактические значения выручки за все месяцы превзошли плановые (+18 %; +24 %; +15 %).

К сожалению, точнее спрогнозировать общепроизводственные расходы не удалось, разброс отклонений достаточно велик (от -26 % до 35 %).

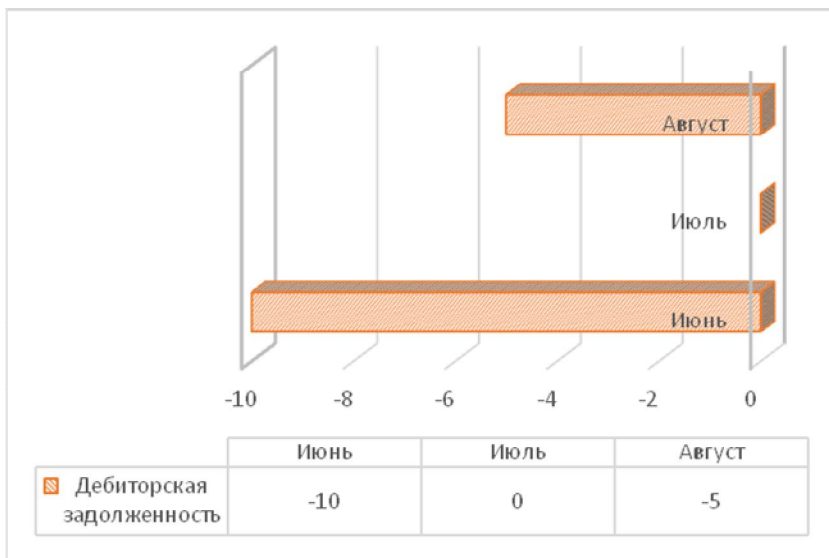


Рис. 2. Процент отклонений фактических значений поступления денежных средств от клиентов

Из статистических данных, мы видим, что прогноз является недостаточно точным, поскольку финансовое планирование в организации в большей степени осуществляется интуитивно, без использования специализированных приемов и методов.

В целях повышения точности составления финансовых планов, мы предлагаем на предприятии ООО «Корпорация Тентов» использовать при составлении финансовых планов метод экономико-математического моделирования. Зачастую этот метод трактуют как метод факторного анализа. Он помогает определить количественное выражение взаимосвязей между финансовыми показателями и факторами, влияющими на их величину.

Эта связь выражена через экономико-математическую модель, которая представляет собой точное математическое описание происходящих экономических процессов с помощью уравнений, графиков и таблиц.

Построение экономико-математической модели складывается из нескольких этапов, к которым можно отнести:

- изучение финансовых показателей в динамике на основании данных прошлых лет;
- расчет модели функциональной зависимости финансового плана от определяющих факторов;
- разработка различных вариантов прогноза финансовых показателей [1, с. 221].

Примером построения такой модели является модель максимизации валовой прибыли малого предприятия.

$$ВП = P * Q - VC * Q - FC - \max \quad (1),$$

где P – цена реализации продукции, Q – плановый объем выпуска продукции, VC – переменные издержки; FC – постоянные издержки.

Объем планового выпуска, величина переменных затрат, величина постоянных затрат в этой модели – это те параметры, на которые и направлен весь анализ при составлении финансовых планов.

Существующие сейчас методы оценки проектов содержат довольно сложные финансовые формулы, грамотное использование которых возможно только при наличии у предпринимателя профессиональных знаний в этой области. Однако, полученные значения таких ключевых показателей анализа проекта, как NPV, IRR, точка безубыточности, срок окупаемости, дают предпринимателю лишь информацию для дальнейшего анализа и принятия решения. Данные показатели отвечают на вопрос, что будет, если будут выполнены определенные условия [3, с. 64].

Таким образом, в организации ООО «Корпорация Тентов», как и практически на любом малом предприятии существует проблемы, связанные с составлением финансовых планов:

- отсутствие специалистов, занимающихся целенаправленным составлением финансовых планов, отсутствие финансовой службы на предприятии, все финансовые вопросы возложены на плечи директора либо главного бухгалтера;
- слабое применение инструментов финансового менеджмента при проведении финансового анализа предприятия;

– доступ на финансовый и денежный рынок для предприятия чрезвычайно затруднен. Большинство программ, в которых формально прописаны условия по льготным кредитам, на практике, практически отсутствуют, поскольку у малых предприятий нет таких источников обеспечения займов, которые требуют кредитные организации – внушительный залог, поручители. Если этого нет – ссуда выдается под большие проценты, непосильные для предприятия;

– малое предприятие имеет слабое отношение к высоким информационным технологиям, нет автоматизированных программ, которые существенно бы упростили финансовые процессы на предприятии;

– на предприятиях малого бизнеса отсутствует стратегическое планирование, преимущественно составляются только операционные и тактические планы, которые составляются на короткий временной интервал и не позволяют определить и увидеть финансовую стратегию предприятий в долгосрочной перспективе.

Несмотря на все проблемы, с которыми сталкивается малое предприятие при финансовом планировании, оно имеет очень серьезное преимущество в силу своей гибкости. Малые предприятия могут варьировать товарным ассортиментом и ценовой политикой, выбирать наиболее оптимальный для себя вариант, методом проб и ошибок увеличивать год от года свой финансовый результат. Этого преимущества лишены многих крупные компании.

Таким образом, в ходе работы мы отметили ключевые особенности финансового планирования в малом бизнесе, показали важность составления финансовых планов в них, особенно в условиях экономического кризиса.

На примере торгового предприятия малого бизнеса ООО «Корпорация Тентов» рассмотрели систему финансового планирования, провели анализ фактических значений показателей финансовых планов от нормативных, определили и первостепенную причину. В целях повышения точности и эффективности финансового планирования на малом предприятии, мы предложили использовать в будущих прогнозах метод экономико-математического моделирования, поскольку он позволяет

детально проанализировать каждый параметр, который влияет на финансовый результат.

В заключительной части статьи мы описали те проблемы, с которыми сталкиваются малые предприятия при осуществлении финансового планирования, их необходимо непременно решать. При этом малые предприятия обладают большей свободой действия, чем крупные предприятия и холдинги. Малые предприятия могут подобрать себе такие финансовые стратегии, которые в перспективе выведут их из разряда малых в категорию средних, а после и крупных.

Библиографический список

1. Бочаров В. В. Коммерческое бюджетирование. СПб. : Питер, 2003. 378 с.

2. Зеленева А. В. Основные методы финансового планирования и проблемы их использования на малых предприятиях // Вестник науки и образования. 2018. № 11. С. 41–43. URL: file:///C:/Users/Andrey/Downloads/osnovnye-metody-finansovogo-planirovaniya-i-problemy-ih-ispolzovaniya-na-malyh-predpriyatiyah%20(2).pdf (дата обращения: 14.11.2020).

3. Мусиенко С. О. Внедрение программно-целевого подхода в систему финансового планирования на малых предприятиях // Финансы и кредит. 2015. № 27. С. 59–67. URL: file:///C:/Users/Andrey/Downloads/vnedrenie-programmno-tselevogo-normativnogo-podhoda-v-sistemu-finansovogo-planirovaniya-na-malyh-predpriyatiyah.pdf (дата обращения: 14.11.2020).

4. FinExpertiza: за год закрылся миллион предприятий малого и среднего бизнеса. URL: <https://www.rosbalt.ru/business/2020/08/14/1858568.html> (дата обращения: 14.11.2020).

А. Г. Молчанова

АНАЛИЗ ПУТЕЙ АДАПТАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СЕЗОННЫХ ФАКТОРОВ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Одним из важных направлений анализа конъюнктуры рынка является анализ сезонности спроса и предложения. Основная цель изучения рядов внутригодовой динамики состоит в разработке мер по ликвидации или смягчению сезонных колебаний. Изучение сезонных колебаний необходимо для того, чтобы обеспечить стабильный ритм работы предприятий.

Ключевые слова: сезонность, сезонность спроса, сезонность предложения, временной ряд, сезонные колебания.

A. G. Molchanova

ANALYSIS OF WAYS TO ADAPT ENTERPRISES TO SEASONAL DEMAND AND SUPPLY FACTORS

One of the important areas of market analysis is the analysis of seasonality of supply and demand. The main purpose of studying the series of intra-annual dynamics is to develop measures to eliminate or mitigate seasonal fluctuations. The study of seasonal fluctuations is necessary in order to ensure a stable rhythm of enterprises.

Key words: seasonality, seasonality of demand, seasonality of supply, time series, seasonal fluctuations.

У большинства организаций при анализе финансовых результатов наблюдаются повторяющиеся колебания динамических процессов, и любая фирма стремится к более устойчивому развитию. Для извлечения наибольшей выгоды в периоды подъема и минимизации потерь в периоды спада, организации должны анализировать факторы, под влиянием которых и происходят данные изменения.

Одной из основных задач анализа временного ряда является выделение сезонной компоненты. Н. В. Новикова полагала, что к сезонным относят такие явления, которые обнаруживают в своем развитии определенные закономерности, регулярно повторяющиеся из месяца в месяц, или из квартала в квартал каждый год. Эти колебания являются результатом природных, общественных и социально-экономических факторов [1].

Сезонные факторы спроса являются одними из важнейших параметров, оказывающих влияние на объем продаж в организациях. Наибольшей опасности при неучитывании данных факторов подвергаются фирмы, которые реализуют какой-либо товар, нежели организации, которые заняты в сфере услуг. Это связано с увеличением затрат, связанных с хранением, устареванием фасонов, потерями от уценки и т. д. К сферам деятельности, которые наиболее подвержены сезонным факторам спроса, относят фирмы, занятые в туристической, гостиничной, строительной, мебельной, садовой, фармацевтической сферах, торгующие летней или зимней одеждой, автомобилями, мопедами, велосипедами или их ремонтом, свадебные салоны и т. д.

К сезонным факторам спроса, как правило, относят:

- природные, климатические условия (например, спрос на мороженое увеличивается в летний период) [3, с. 217];
- календарные события (например, 8 марта увеличивается спрос на цветы);
- финансовое состояние целевой аудитории (за 2019 г. по сравнению с 2018 г., по данным официальной статистики, среднедушевые доходы населения увеличились на 6,2 %) [4];
- снижение деловой активности (например, в период отпусков);
- привычки и стереотипы потребителей (например, посещение крупных супермаркетов раз в неделю по выходным).

Для предотвращения негативных влияний сезонности спроса, обусловленных климатическими факторами, можно использовать систему скидок, акций в период пониженного спроса; для снижения отрицательных последствий, вызванных календарными праздниками, можно преодолеть посредством рекламы, например, цветочный бизнес – рассылка в несезонный период буклетов по почте или смс, призывающие сделать близ-

ким приятно, акции по типу «каждая 10-я роза бесплатно»; сезонное снижение финансового состояния целевой аудитории можно преодолеть путем использования системы акций и скидок; снижение деловой активности можно устранить путем поощрительных методов мотивации работников; негативное влияние от привычек потребителей можно преодолеть путем акций и скидок в несезонный период (например, скидки на определенный вид продукции по будням).

В периоды сезонного подъема спроса организации не должны упустить возможность увеличить планируемый объем продаж. Это достигается путем расширения ассортимента продукции (например, создание широкой линейки вкусов мороженого в летний период), напоминания существующим потребителям о фирме путем рассылок по почте (например, постоянным покупателям турагентства рассылается информация об интересных предложениях и т. д.), участия фирмы в различных выставках, конкурсах для привлечения новых клиентов, сотрудничества с другими организациями (например, предоставление купальников на конкурс красоты) и других мероприятий, привлекающие новых покупателей.

К сферам, в наибольшей степени подверженным действию фактора сезонности предложения, относят сельское хозяйство и добывающий сектор. Основная опасность для данных организаций заключается в образовании товарных запасов, простое оборудования и неэффективном использовании рабочей силы в период сезонного спада. Деятельность данных фирм и их предложение во многом зависит от природных факторов. В сельскохозяйственной сфере большую роль играет своевременная реализация продукции в виду низкого срока ее хранения, а в добывающей отрасли предложение ограничивается количеством залежей полезных ископаемых и т. д.

При предотвращении отрицательного воздействия на деятельность предприятия сезонных колебаний предложения необходимо исходить из того, что основной причиной данных колебаний становятся природные факторы. Основными путями решения данной проблемы могут стать: создание высокотехнологической системы хранения (для увеличения срока хранения сельскохозяйственной продукции) – современное оборудование

способно обеспечить сохранность овощей и фруктов в течение всего года; создание системы скидок для предварительного заказа в несезонный период; создание нового или сопутствующего товара/услуги в несезонный период (например, добывающее предприятие предоставляет грузовой транспорт в зимний период в аренду для уборки снега).

Увеличить положительный результат сезонного подъема можно, в первую очередь, участвуя в государственных тендерах, а также осуществлять комплекс мероприятий, направленных на расширение рынка сбыта, поиск новых покупателей (например, выход предприятия, добывающего природный песок, на рынки в соседние области).

Определить, подвержена ли деятельность организации сезонным факторам, можно путем изучения экономических показателей фирмы за последние несколько лет, а затем представлением полученных результатов графически. Для большей наглядности графики за несколько лет можно соединить в один путем наложения друг на друга. Как правило, на оси абсцисс изображаются отрезки временного ряда (чаще всего, по месяцам), а на оси ординат – анализируемые значения (выручка, прибыль, количество совершенных сделок). Главная проблема при использовании данного способа – это отделение сезонных факторов от других внешних факторов, также влияющих на результирующий показатель. Эта проблема решается путем определения статистических критериев.

Выявить наличие сезонных колебаний можно, проверив на случайность остаточный ряд после выделения тренда. Случайная компонента должна иметь математическое ожидание равное нулю, постоянную дисперсию и нулевую автокорреляцию между соседними уровнями ряда. Если эти условия не выполняются, то можно сделать предположение о наличии в остаточном ряду сезонной компоненты. Для проверки наличия сезонности в остаточном ряду чаще всего применяют следующие критерии: дисперсионный, гармонический и критерий, основанный на распределении коэффициента автокорреляции [6].

Влияние сезонных колебаний полностью устранить невозможно, но сезонные колебания, отраженные в рядах динамики, необходимо измерять. Выделяют три основных направления

в методах анализа сезонных колебаний [2, с. 29]: статистические (индексы сезонности); итерационные (метод Четверикова, метод Шискина-Эйзенпресса и др.); спектральные методы (как совокупность накладываемых друг на друга гармонических колебаний). Для количественного измерения сезонных колебаний применяются методы: абсолютных разностей, относительных разностей и индексы сезонности [5].

Таким образом, сезонные колебания спроса и предложения отрицательно сказываются на развитии экономики страны, обуславливают неравномерное использование трудовых ресурсов и оборудования на протяжении всего года. Анализ сезонности спроса и предложения способен определять меры устранения сезонных спадов и меры, способствующие наращиванию социально-экономического потенциала в период сезонных подъемов.

Библиографический список

1. *Новикова Н. В., Поздеева О. Г.* Прогнозирование национальной экономики. Екатеринбург : Уральский государственный экономический университет, 2007. URL: <https://studfile.net/preview/3846256/page:36/> (дата обращения: 30.10.2020).
2. *Осипенко С. А.* Экономико-математическое моделирование : учебно-методическое пособие М. : Директ-Медиа, 2018. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481040> (дата обращения: 30.10.2020).
3. *Плеханова Т.* Теория статистики : учебное пособие. Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2013. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259319> (дата обращения: 30.10.2020).
4. Федеральная служба государственной статистики. Уровень жизни. Среднедушевые денежные доходы населения по Российской Федерации. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397?print=1> (дата обращения: 30.10.2020).
5. *Чернов В. А.* Теория экономического анализа. М. : Проспект, 2017. URL: https://litgid.com/read/teoriya_ekonomicheskogo_analiza_uchebnyk/page-21.php (дата обращения: 30.10.2020).
6. *Шелобаев С. И.* Анализ и прогнозирование финансовых процессов : учебное пособие М. : Левша, 2009 URL: <https://studfile.net/preview/3616903/page:18/> (дата обращения: 30.10.2020).

С. А. Плетюхина

**КОМПЛАЕНС
В СИСТЕМЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ
РАЗЛИЧНЫХ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ**

Статья посвящена вопросам организации комплаенс-контроля, как одного из наиболее значимых направлений развития системы внутреннего контроля в организациях различных форм собственности. В центре внимания автора методические аспекты организации комплаенса, а также его роль в системе управления организации.

Ключевые слова: комплаенс, комплаенс-риски, внутренний контроль, система управления.

S. A. Pletyukhina

**COMPLIANCE
IN THE INTERNAL CONTROL SYSTEM OF ORGANIZATIONS
OF VARIOUS FORMS OF OWNERSHIP**

The article is devoted to the organization of compliance control as one of the most significant areas of development of internal control systems in organizations of various forms of ownership. The author focuses on methodological aspects of the organization of compliance, as well as its role in the organization's management system.

Key words: compliance, compliance risks, internal control, management system.

Обязанность экономических субъектов организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни закреплена в ст. 19 «Внутренний контроль» Федерального закона № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [10].

Концептуально элементы внутреннего контроля впервые были сформулированы в 1992 г. в докладе Комитета организаций-спонсоров Комиссии Тредвея (COSO) «Внутренний контроль: интегрированный подход». COSO определяет внутренний

контроль как процесс, предназначенный для обеспечения «разумной уверенности» относительно достижения целей в следующих категориях: эффективность и результативность операций, надежность финансовой отчетности, соблюдение законов и правил.

Одним из элементов контроля, согласно концепции COSO, является оценка рисков.

Как следует из информации Минфина РФ ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности» [3], в процессе хозяйственной деятельности организации подвергаются влиянию отраслевых, правовых и прочих внутренних и внешних факторов, что приводит к возникновению различных рисков, способных существенно повлиять на финансовое положение и финансовые результаты деятельности организации.

Наряду с финансовыми рисками можно назвать риски применения санкций и репутационные риски, возникающие из-за несоблюдения законодательства, предписаний регуляторов, контролирурующих организаций, внутренних регламентов.

Нередко предприниматели, в своем стремлении получить максимальную выгоду, умышленно или не умышленно пренебрегают нормами права, что, неизбежно, ведет к финансовым и репутационным потерям, а в некоторых случаях и к приостановлению деятельности. Риски, связанные с несоблюдением законодательства зачастую ведут к серьезным финансовым последствиям.

Только согласно ст. 15.27 Кодекса об административных правонарушениях «Неисполнение требований законодательства о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» [4], штрафы в России колеблются от 50 до 500 тыс. р., а за отдельные правонарушения предусмотрено приостановление деятельности на срок до девяноста суток.

Минимизировать правовые и репутационные риски позволяет внедрение в систему управления организации комплаенс-контроля.

Впервые упоминание о комплаенс-контроле и комплаенс-рисках встречается в 2005 г. в рекомендациях Базельского коми-

тета по банковскому надзору «Комплаенс и комплаенс-функция в банках» [5]. В этом документе под «комплаенс-риском» понимается риск применения юридических санкций или санкций регулирующих органов, существенного финансового убытка или потери репутации банком в результате несоблюдения им законов, инструкций, правил, стандартов саморегулирующих организаций или кодексов поведения, касающихся банковской деятельности.

В Российских нормативных актах впервые упоминание данного термина встречается в Указании Банка России от 07.07.1999 г. № 603-У «О порядке осуществления внутреннего контроля за соответствием деятельности на финансовых рынках законодательству о финансовых рынках в кредитных организациях» [9]. В соответствии с этим документом комплаенс-контроль – это внутренний контроль за соответствием деятельности на финансовых рынках законодательству о финансовых рынках в кредитной организации, т. е. комплаенс-контроль – это часть системы внутреннего контроля кредитной организации.

Несмотря на то, что в 2004 г. данный документ утратил силу, многие кредитные организации продолжают руководствоваться его положениями при организации внутреннего контроля.

Развитие системы управления комплаенс-рисками в России напрямую связано с усилением контроля государства за коммерческими предприятиями. Высокие штрафные санкции регулирующих органов вынуждают руководство компаний уделять большее внимание соблюдению законодательства.

Появлению комплаенс-служб в российских организациях способствовало принятие поправок в Федеральный закон от 25.12.2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» [11]. Данный документ обязывает организации разрабатывать и принимать меры по предупреждению коррупции. В зарубежной практике – это один из главных элементов системы регулирования и контроля комплаенс-рисков.

В 2013 г. Федеральная антимонопольная служба (ФАС) разработала стратегию развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период 2013–2024 гг. (утв. Президиумом ФАС России 03.07.2013 г.) [8], в которой предлагается, в целях сокращения антимонопольных пра-

вонарушений хозяйствующих субъектов, разработать и внедрить на законодательном уровне нормы, стимулирующие внедрение систем комплаенса (корпоративных мер, направленных на предотвращение нарушений антимонопольного законодательства) среди хозяйствующих субъектов, ассоциаций (союзов) участников товарных рынков.

В 2016 г. антимонопольной службой совместно с представителями научного и экспертного сообщества в сфере конкурентного права был разработан проект федерального закона «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях», в котором дано определение системы внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства (антимонопольного комплаенса) как совокупности правовых и организационных мер, предусмотренных внутренними актами хозяйствующего субъекта, направленных на соблюдение им требований антимонопольного законодательства и предупреждение его нарушения.

В качестве меры стимулирования в законопроекте предлагается при назначении административного наказания за совершение юридическим лицом административного правонарушения учитывать в качестве обстоятельства, смягчающего административную ответственность организацию системы антимонопольного комплаенса и ее функционирование.

Так, в интервью, приуроченном к 15-летию Федеральной антимонопольной службы, ее руководитель И. Ю. Артемьев отметил, что ФАС учитывает наличие добросовестного регулярно комплаенса в качестве смягчающего обстоятельства при назначении штрафов.

Надо отметить, что данный законопроект так и не был принят, поскольку в процессе его обсуждения возник целый ряд вопросов, требующих дополнительной проработки. В частности, Минэкономразвития России в заключении об оценке регулирующего воздействия на данный законопроект отметило, что проект акта содержит положения, вводящие избыточные обязанности, запреты и ограничения для физических и юридических лиц в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

В целях формирования единого подхода к созданию и организации системы внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства в 2018 г. распоряжением Правительства РФ от 18.10.2018 г. № 2258-р утверждены «Методические рекомендации по созданию и организации федеральными органами исполнительной власти системы внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства» [7], в котором определены основные цели, задачи и принципы антимонопольного комплаенса.

Однако ни один из выше названных нормативных документов не закрепляет обязанность формирования комплаенс-служб. По мнению И. Ю. Артемьева, комплаенс-система должна быть добровольным решением каждого хозяйствующего субъекта [6].

Антимонопольный комплаенс это система мер организационно-управленческого характера, которые хозяйствующий субъект добровольно принимает для минимизации рисков нарушения антимонопольного законодательства [2].

Многие отечественные предприятия недооценивают роль комплаенс-контроля, тем более что полноценная комплаенс-политика требует значительных денежных и временных затрат. Хотя контроль в сфере комплаенс обеспечивает лояльность клиентов, заинтересованность и доверие акционеров, повышает уровень инвестиционной привлекательности организации. Кроме того, при выходе на мировые рынки наличие комплаенс-функции в организации рассматривается положительно и международными регуляторами, и инвесторами. Действующее законодательство США и Великобритании неукоснительно требует от иностранных партнеров наличия эффективного комплаенс-подразделения в структуре организации.

Как вид деятельности комплаенс-контроль – процесс, осуществляемый органами управления и сотрудниками организации в целях контроля соответствия действующему законодательству, правилам, стандартам, как внутренним, так и внешним. Основные области комплаенса – противодействие отмыванию денежных средств и валютный контроль, учет и отчетность, экологические нормы, таможенное, банковское, трудовое зако-

нодательство, антимонопольное, налоговое законодательство и т. д.

Комплаенс-контроль в коммерческих организациях сопряжен с такими рисками, как: запрет на проведение операций по счетам, выездные проверки, административные штрафы и санкции в отношении должностных лиц, отзыв лицензии и приостановление деятельности и, наконец, ущерб репутации, что, в свою очередь, ведет к потере инвестиционной привлекательности.

Таким образом, целью комплаенса является сведение к минимуму риска вовлечения компании в процессы, которые могут обернуться для нее не только финансовыми потерями, но и потерей доверия со стороны общества в лице регулирующих органов, инвесторов, партнеров, акционеров, клиентов.

Следует отметить, что построение системы комплаенс-контроля определяется, прежде всего, масштабами бизнеса и спецификой деятельности организации. Наиболее эффективным вариантом является создание обособленного подразделения. При этом должны быть разработаны внутренние нормативные документы, регламентирующие комплаенс. Понятно, что формирование полноценной комплаенс-политики требует значительных денежных, временных затрат, что под силу только крупным компаниям. Для большинства субъектов среднего и малого бизнеса такое решение является неприемлемым.

Тем не менее, соблюдать нормы законодательства должны все компании, а, следовательно, внедрять комплаенс-контроль следует независимо от масштабов деятельности и от наличия или отсутствия системы органов, обеспечивающих правомерное и этическое ведение бизнеса. Комплаенс – это «неотъемлемая часть корпоративной культуры компании, при которой выполнение каждым сотрудником своих должностных обязанностей, включая принятие решений на всех уровнях, должно соответствовать стандартам законности и добросовестности, установленным компанией для ведения своей деятельности» [1].

Библиографический список

1. *Бондаренко Ю.* Эффективное управление compliance-рисками: системный подход и критический анализ // Корпоративный юрист. 2008. № 6. С. 29–32.
2. *Горшкова Е., Войченко С., Радченко Т., Мартемьянов В., Гаврилов А.* Формула «скидки» за комплаенс // Конкуренция и право. 2016. № 2. С. 41–46.
3. Информация Минфина России № ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности». Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ (ред. от 24.04.2020 г.). Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
5. Письмо Банка России от 02.11.2007 г. № 173-Т «О рекомендациях Базельского комитета по банковскому надзору. Комплаенс и комплаенс-функция в банках». Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
6. Работа ФАС России над изменением законодательства в области антимонопольной деятельности. Интервью с руководителем ФАС России И. Ю. Артемьевым // Российское конкурентное право и экономика. 2016. № 3 (7). С. 6–10.
7. Распоряжение Правительства РФ от 18.10.2018 г. № 2258-р «Об утверждении методических рекомендаций по созданию и организации федеральными органами исполнительной власти системы внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства». Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
8. Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период 2013–2024 гг. (утв. Президиумом ФАС России 03.07.2013 г.). Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
9. Указание Банка России от 07.07.1999 г. № 603-У «О порядке осуществления внутреннего контроля за соответствием деятельности на финансовых рынках законодательству о финансовых рынках в кредитных организациях». Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
10. Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019 г.) «О бухгалтерском учете» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020). Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
11. Федеральный закон от 25.12.2008 г. № 273-ФЗ (ред. от 24.04.2020 г.) «О противодействии коррупции». Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

М. Н. Рамазанова

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ СЕТЕВЫХ МЕТОДОВ ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ

Рассматриваются вопросы оценки эффективности функционирования современного автотранспортного предприятия на основе применения методов оптимизации управления транспортными перевозками. Сделан вывод о том, что сетевые методы планирования и управления позволят улучшить технологию транспортного планирования и обеспечат улучшение экономических показателей автотранспортных предприятий.

Ключевые слова: оптимизация, сетевое планирование, логистические процессы, сетевой график, оптимизация маршрутов, критический путь.

М. N. Ramazanova

EFFICIENCY OF IMPLEMENTING NETWORK METHODS OF PLANNING AND MANAGEMENT IN THE ACTIVITY OF A TRANSPORT COMPANY

This article discusses the issues of assessing the effectiveness of the functioning of a modern motor transport enterprise based on the application of methods for optimizing transport management. It is concluded that network planning and management methods will improve the technology of transport planning and provide an improvement in the economic performance of road transport enterprises.

Key words: optimization, network planning, logistics processes, network schedule, route optimization, critical path.

Вопросы эффективности и конкурентоспособности транспортных компаний в настоящее время приобретают особую актуальность в связи с тем, что значение транспортных систем в функционировании современной экономики возрастает. Эффективная инфраструктура рассматривается как фактор, стимули-

рующей деловую активность и интенсификацию экономических взаимосвязей между пространственно-распределёнными объектами.

Внедрение современных технологических решений на автотранспорте является средством улучшения их экономических показателей. В транспортных системах именно улучшение использования транспортных средств рассматривается как управляемый фактор эффективности функционирования системы, т. к. другие компоненты транспортной сети жестко зафиксированы в пространстве (см.: *Якубович А. Н. и др.* Информационные технологии на автотранспорте : учебное пособие. М. : МАДИ, 2017. 252 с.).

Множество связей в транспортной сети требуют обеспечения оптимальной организации перевозочного процесса. Поэтому для повышения эффективности управления транспортными перевозками могут использоваться различные методы оптимизации.

Среди математических методов, которые используются для повышения эффективности управления транспортными компаниями, наибольшее значение имеют методы сетевого планирования. Это связано с тем, что в структурной характеристике транспортной сети присутствуют альтернативные варианты перемещения грузового потока, что позволяет методами сетевого планирования оптимизировать маршрут.

Сетевое планирование и управление представляет комплекс графических и расчетных методов, обеспечивающих оптимизационное моделирование, анализ и динамическую перестройку плана реализации сложных проектов, в т. ч. по транспортировке грузов. По существу, сетевое планирование является основой логистики, хотя в современных условиях на содержательном уровне можно сформулировать значительные различия. Но на более раннем этапе развития оптимизационных методов управления логистикой называли научные и практические действия, оптимизирующие процессы перевозок. Позднее так стали называть действия, оптимизирующие почти все процессы производства, распределения, перевозок и сбыта. Таким образом, сетевое планирование обеспечивает логистику методологическим инструментарием. Транспортные связи являются базовыми

для всей логистической структуры. Транс-порт является первым и важнейшим элементом логистической цепи, что означает, что оптимальная организация транспортных перевозок обеспечит рост эффективности всего логистического процесса.

Сетевое планирование – это метод управления, который основывается на использовании математического аппарата теории графов и системного подхода для отображения и алгоритмизации комплексов взаимосвязанных работ для достижения четко поставленной цели при минимальной продолжительности.

Экономический эффект от снижения транспортных расходов может обеспечиваться оптимизацией маршрутов движения транспорта, согласованием графиков, сокращением холостых пробегов, улучшением других показателей использования транспорта.

Сетевое планирование позволяет определить:

1) какие работы или перевозки из числа многих, составляющих проект, являются «критическими» по своему влиянию на общую календарную продолжительность проекта;

2) каким образом выбрать наилучший вариант проведения всех работ или перевозок, чтобы выдержать заданные сроки при минимальных затратах;

3) как решить практические задачи при ограниченности ресурсов.

Внедрение моделей сетевого планирования в управлении транспортным предприятием позволяет решить целый комплекс задач: временной анализ сроков транспортировки, определение временных резервов, нахождение проблемных участков в задаче общей маршрутизации, поиск критических путей решения задач по транспортировке, ресурсный анализ, оптимизация календарного плана, реализация принципа логистики «just in time», что в свою очередь обеспечивает экономический эффект у отправителей и получателей груза, т. к. позволяет им поддерживать оптимальный размер запасов.

При оценке эффективности деятельности транспортной компании необходимо учитывать и затраты на перевозки, а не только получаемый эффект в виде быстрой и качественной доставки груза. Причём повышение качества транспортировки обычно связано и с возрастанием затрат. Поэтому эффективной

считается такая деятельность транспортной компании, которая обеспечивает необходимым контрагентам уровень качества перевозок при минимально возможном уровне затрат. Следовательно, критерий эффективности деятельности транспортной компании является сложным ввиду необходимости достижения определенных качественных показателей перевозок в сопоставлении с уровнем затрат на транспортировку.

Оптимум транспортных издержек должен быть таким, чтобы общие логистические издержки оставались минимальными. Достигается это путем установления баланса транспортных расходов и качества транспортного обслуживания, критериями которого являются скорость и надежность перевозки.

Сетевой график является тем инструментом анализа, который позволяет провести оптимизацию маршрута движения транспорта в соответствии с заданными ограничениями – временными, ресурсными, технико-экономическими. Объектом оптимизации в первую очередь являются работы критического пути. Оптимизация возможна за счёт концентрации ресурсов на работах критического пути, применения новых технологий для выполнения работ критического пути, изменения конфигурации сетевого графика за счёт исключения лишних звеньев.

В процессе этой работы должны учитываться и ограничения, свойственные транспортной сети, а именно пропускная способность отдельных участков пути, плотность транспортной сети, удельная ёмкость транспортной сети, грузоподъёмность транспортных средств и некоторые другие. Причём влияние этих ограничений нельзя считать детерминированным на всей протяжённости пути или даже какой-то его части. Ограничения процесса транспортировки носят стохастический характер. Поэтому должны учитываться в ходе оптимизации транспортировки как величины, значение которой находится в определённом диапазоне. Ввиду этого можно говорить о присущей автотранспортной системе неопределённости, которая может возрастать за счёт действий активных участников процесса.

Таким образом, вопросы оптимизации критического пути на основе сетевых методов планирования и управления в настоящее время проще решать с применением информационных

технологий. Информационные массивы данных облегчают решение задачи маршрутизации, т. к. позволяют выполнить совмещённую обработку данных по общей длине маршрута, продолжительности транспортировки, затратах, связанных с прохождением пути, надёжности и вероятности задержки в пути.

Кроме задачи маршрутизации, сетевые методы позволяют в процессе оперативного управления перевозками грузов реализовать контроль за ходом выполнения транспортного процесса; выявить и проанализировать отклонения от плана транспортировки; дать количественную оценку изменений основных показателей перевозки и их возможного влияния на дальнейший ход процесса доставки груза; сформировать необходимые в сложившихся условиях решения.

Для транспортного предприятия решение рассмотренных задач создаёт основу для более реалистичного планирования ресурсов, технологических задач по подготовке автотранспортных средств, тарифов на перевозку.

Преимущества систем сетевого планирования и управления проявляются не только в условиях дальних перевозок, но в городских перевозках грузов.

Эффективность внедрения сетевых методов планирования и управления в деятельность транспортной компании формируется за счёт наилучшего решения рассмотренных задач и находит отражение в более высоких значениях количественных характеристик, отражающих финансовое состояние объекта управления.

О. С. Романова

ПЕРЕХОД ОТ ТРАДИЦИОННОГО К НОВОМУ ПОНИМАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ (КОРПОРАТИВНОЙ) КУЛЬТУРЫ

Глобальная цифровизация экономики приводит к существенным изменениям в системе экономических отношений. Организационная (корпоративная) культура изменяется, приобретает новые формы проявления. В данной статье предлагается авторский подход к пониманию трансформации этого явления в процессе развития переходных форм хозяйствования.

Ключевые слова: организационная (корпоративная) культура, цифровая экономика, социально-трудовые отношения.

O. S. Romanova

MOVING FROM THE TRADITIONAL TO A NEW UNDERSTANDING OF ORGANIZATIONAL CULTURE (CORPORATE CULTURE)

The global digitalization of the economy leads to significant changes in the system of economic relations. Organizational culture is changing, acquiring new forms of manifestation. This article proposes an author's approach to understanding the transformation of this phenomenon in the process of developing transitional forms of management.

Key words: organizational (corporate) culture, digital economy, social and labor relations.

В последние несколько лет в литературе все чаще можно встретить термин цифровая корпоративная культура. При этом существует некий плюрализм в его понимании. Некоторые авторы под этим феноменом понимают организационную культуру в традиционном ее понимании, но учитывают условия ее функционирования – цифровую среду. Другие, полагают, что изменяется сама сущность явления, что приводит к формирова-

нию совершенного нового понятия. Кроме того, возникает деление на организационную культуру аналоговую и цифровую [3].

Если рассматривать организационную (корпоративную) культуру как объективно-субъективное явление, то ядром ее выступают устойчивые объективные характеристики, к которым мы относим совместный труд, общий корпоративный интерес и целевую функцию. Трансформация социально-трудовых отношений порождает новые формы совместного труда, такие как «работа на удаленке», единое информационное пространство при разобщенности рабочих мест. Тем не менее, труд все равно остается кооперированным, усилия консолидируются, общность интересов и целей всегда останется важнейшим фактором, необходимым для существования организации. Таким образом, ядро организационной культуры как объективное начало будет общим во всех формациях. Произойдут существенные изменения в механизме его самоподдержания.

Для согласования интересов участников хозяйственной деятельности, не объединенных в рамках живого общения и не имеющих общего рабочего пространства, потребуется трудоемкое исследование частных интересов, результаты которого трудно верифицируются. При этом формируется единое информационное пространство, которое, безусловно, объединяет, но нет понимания коллективного труда, каждый работает, как правило, на свой личный результат. В связи с этим возникает подрыв объективных основ организационной культуры, в то время как все усилия руководства направлены на поддержание субъективных факторов. Вся рецептура по созданию организационной (корпоративной) культуры в условиях цифровой экономики представляет собой комплекс мер по поддержанию субъективных основ рассматриваемого нами явления.

Преобразования в системе организационно-управленческих отношений связаны в большей степени с субъективными моментами организационной культуры. Социально-трудовые отношения изменяются в нашей стране в современных условиях не так быстро, как это происходит на Западе. Менталитет ответственного работника существенно отличается от системы ценностей и идеалов зарубежных коллег. Поэтому все попытки

«привить» искусственно созданную организационную (корпоративную) культуру не приводят к ожидаемому результату.

Во всевозможных интернет-проектах, обучающих семинарах в социальных сетях излагают достаточно примитивные модели организационной культуры, которые предлагают внедрить на любых предприятиях. Это еще один недостаток современной информационно-коммуникационной среды, когда широкое распространение получают не глубокие по своей сущности идеи. Таковы последствия замены профессионализма на компетентность.

Попытки подбора персонала под заранее заданные систему ценностей, сформулированную руководством цель, сконструированную модель организационной культуры приводят, как показывает, практика к недолговечности такой компании. При этом вся система рекрутинга направлена на создания шаблонов и алгоритмов поиска «удобных кандидатов». Заполнение анкеты, отзывы с предыдущего места работы являются едва ли не единственными средствами отбора кандидата на вакантные места. Молодые специалисты не планируют связывать свою карьеру с одной организацией, полагая, что получение опыта и достаточных средств к существованию – главный критерий при выборе места работы. Это порождает «эффект временщиков», текучесть кадров не позволяет создать единую систему интересов, труд не рассматривается как коллективный по существу, отсюда следует объективная невозможность формирования организационной (корпоративной) культуры. Исходя из этого, следует говорить о необходимости сохранения традиционных объективных основ организационной культуры, помочь всем участникам хозяйственной деятельности осознать общность интересов, добиться создания социального партнерства как объединения единомышленников. В сложившихся условиях разобщенности трудно добиться такой консолидации интересов и усилий как это было полвека назад. Частные интересы абсолютно преобладают над общими, у молодых специалистов иногда отсутствует сама потребность в коллективной деятельности.

Таким образом, можно говорить о наличии классической и переходной форм организационной (корпоративной) культуры. Возможно, еще через определенный временной отрезок, когда в

системе управления персоналом ведущую роль приобретет искусственный интеллект, сформируется понимание организационной культуры как результата развития переходных форм. В данном случае речь идет о разработке существенно новой концепции этого явления. Появятся иные формы проявления, а, значит, и направления исследования. В первую очередь это касается прикладных аспектов исследования. Объективные же основы могут лишь расширяться, раскрыться с позиции новых направлений экономической мысли. Совместный труд, общность интересов и целевая функция останутся незыблемыми основами изучаемого нами явления.

Рассмотрим основные направления исследования переходной формы организационной (корпоративной) культуры. Для развития организационно-управленческого направления исследования данного явления важно идентифицировать рабочее место в цифровой экономике. В социально-трудовых отношениях также имеют место инновации. В первую очередь, речь идет об индивидуализации этих отношений [1, с. 6, 22]. На смену профессионализму приходит компетентность, умение быть гибким, универсальным, способным решать широкий круг разноплановых рабочих вопросов. Работник-творец может оказывать на организацию двоякое воздействие. В случае наличия организационной культуры, он становится консолидирующим звеном, поддерживающим общее дело. В противном случае, работая только на собственный результат, он может дезинтегрировать уже отлаженный процесс взаимодействия.

Согласование интересов должно происходить в системе онлайн или офлайн общения руководства, собственников и всех работников. Инициатива клубных мероприятий должна исходить в первую очередь от работников, поддерживаться ими. Принятие решений также должно носить коллегиальный характер. Общность интересов часто достигается именно при неформальном общении. Поэтому необходимо добиться максимальной открытости системы мотивации, установить непрерывную обратную связь с руководством. Важнейшей формой нематериального стимулирования является такая групповая форма мотивации как постановка труднодостижимых задач [2, с. 3]. Вообще система стимулирования должна быть более гибкой и адаптив-

ной к постоянно изменяющимся условиям внешней и внутренней среды. Обмен знаниями и опытом является неотъемлемой составляющей механизма поддержания организационной культуры. Важно добиться осознания объективных ее основ, что приведет в действие механизм самоподдержания, и адекватного механизма воздействия со стороны администрации. В идеальной модели корпоративной культуры организация является самообучающейся. Это достигается с помощью привлечение высокопрофессиональных сотрудников, обмена опытом, активного внедрения технологий персонального менеджмента.

Высвобожденные в связи с внедрением новых технологий работники должны найти реализацию своим способностям и компетенциям внутри организации. Важно сохранить коллектив, добиться отождествления человека с фирмой, в которой он трудится. За счет этого создается преемственность поколений, сохранение традиций. Крайне важно избегать внутренней конкуренции, сотрудничество возможно при коллективных формах оплаты труда по результату. При этом похвала и материальное поощрение личного результата не утрачивает своей актуальности. Обучение за пределами организации должно сочетаться с внутренним наставничеством.

В инклюзивных компаниях первичной является клиентоориентированность. В связи с этим интересы клиентов рассматриваются наравне с интересами собственников, менеджмента и работников, потребители товаров и услуг считаются членами общей команды, их также поздравляют с праздниками, привлекают к разработке стратегии компании, приглашают на корпоративные мероприятия. В данном случае организационная (корпоративная) культура становится ресурсом в конкурентной борьбе.

Таким образом, можно выделить ключевые особенности организационной культуры в переходный период. Изменения технологии организации рабочего пространства приводят к существенным изменениям в системе поддержания корпоративной культуры. Инструменты этого механизма более разнообразны, менее универсальны, достаточно гибки и адаптивны. Перестройка системы социально-трудовых отношений происходит постепенно, что позволяет избежать революционных преобразо-

ваний в системе коммуникаций. Сохранение традиционных методов согласования интересов способствует большей предсказуемости в процессе воздействия на организационную культуру. Ориентирование на клиентов, включение их в коллективное принятие решений способно улучшить конкурентные позиции любой организации. Преобладающими формами коммуникаций и системы стимулирования должны быть коллективные, это позволит сохранить осознание «общего дела», при этом важно сохранить индивидуальный подход к стимулированию и карьерному росту каждого работника. Общее должно быть первичным по отношению к частному, только в этом случае возможно сохранить коллектив в условиях цифровизации и поддерживать эффективность сложившейся организационной культуры.

Библиографический список

1. Колосова Р. П. Социально-трудовые отношения в цифровой экономике. URL: [www.econ.msu.ru.raw.php](http://www.econ.msu.ru/raw.php) (дата обращения: 12.09.2020).

2. Первакова Е. Е. Способы нематериальной мотивации инновационной деятельности // Креативная экономика. 2014. Т. 8. № 4. С. 42–45.

3. Чалова М. В., Брагина З. В. Можно ли достичь осязаемых преимуществ в современном бизнесе, пренебрегая цифровой корпоративной культурой? // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 12. С. 172–185.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Бернардо Виейра Ижмаел
Bernardo Vieira Ismael

Студент 3 курса, направление «Экономика предприятий и организаций», кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, Гвинея-Бисау, vieirabernardo137@gmail.com

3rd year student, «Economics of enterprises and organizations», Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, Guinea-Bissau, vieirabernardo@gmail.com

Гаджиева Залина Давудовна
Gadzhieva Zalina Davidovna

Студент 3 курса, направление «Финансы и кредит», кафедра финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, gadzhievaaaaa@mail.ru

3rd year student, «Finance and Credit», Department of Finance, Accounting and Banking, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, gadzhievaaaaa@mail.ru

Денисова Татьяна Александровна
Denisova Tatyana Alexandrovna

Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, экономики и предпринимательства, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, denisovata@ivanovo.ac.ru

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, denisovata@ivanovo.ac.ru

Дмитриева Дарья Станиславовна
Dmitrieva Darya Stanislavovna

Магистрант, кафедра менеджмента, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, dmitrieva.dasha231196@yandex.ru

Graduate Student, Department of Management, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, dmitrieva.dasha231196@yandex.ru

Жерелова Анна Андреевна
Zherelova Anna Andreevna

Магистрант, кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, anna.alex.7@yandex.ru

Graduate Student, Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, anna.alex.7@yandex.ru

Ивашина Анастасия Евгеньевна
Ivashina Anastasia Evgenyevna

Студент 4 курса, направление «Финансы и кредит», кафедра финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, ivashulya99@mail.ru

3rd year student, «Finance and Credit», Department of Finance, Accounting and Banking, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, ivashulya99@mail.ru

Иродова Елена Евгеньевна
Irodova Elena Evgenyevna

Доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономической теории, экономики и предпринимательства, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, elirodova@yandex.ru

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, elirodova@yandex.ru

Казанцева Анна Михайловна
Kazantseva Anna Mikhailovna

Студент 3 курса, направление «Финансы и кредит», кафедра финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, kazantsewa2000@yandex.ru

3rd year student, «Finance and Credit», Department of Finance, Accounting and Banking, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, kazantsewa2000@yandex.ru

Кольчугин Евгений Андреевич

Kolchugin Evgeny Andreevich

Студент 4 курса, направление «Финансы и кредит», кафедра финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, zkolchughin@mail.ru

4rd year student, «Finance and Credit», Department of Finance, Accounting and Banking, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, zkolchughin@mail.ru

Курникова Ирина Валерьевна

Kournikova Irina Valeryevna

Кандидат экономических наук, доцент, директор Института социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, kyrnik@mail.ru

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Director of the Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, kyrnik@mail.ru

Малёнкина Татьяна Михайловна

Malenkina Tatiana Mikhailovna

Кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, tatyana1888@gmail.com

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Finance, Accounting and Banking, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, tatyana1888@gmail.com

Мане Салиф

Mane Salif

Магистрант, кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, Сенегал, salif20@live.fr

Graduate Student, Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, Senegal, salif20@live.fr

Маркосян Маринэ Нерсесовна

Markosyan Marine Nersesovna

Студент 3 курса, направление «Финансы и кредит», кафедра финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, markosyan_marine@bk.ru

3rd year student, «Finance and Credit», Department of Finance, Accounting and Banking, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, markosyan_marine@bk.ru

Мирскова Елена Николаевна

Mirskova Elena Nikolaevna

Магистрант, направление подготовки «Государственное и муниципальное управление», Ивановский филиал РАНХиГС, г. Иваново, Россия, mirs-cova2008_90@mail.ru.

Graduate Student, «State and Municipal Management», Ivanovo Branch of Ranepa, Ivanovo, Russia, mirs-cova2008_90@mail.ru.

Молчанова Алла Германовна

Molchanova Alla Germanovna

Магистрант, кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, molchanova_alla@mail.ru

Graduate Student, Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, molchanova_alla@mail.ru

Найдич Артем Юрьевич

Naidich Artem Yuryevich

Студент 3 курса, направление «Финансы и кредит», кафедра финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, 89268779428@mail.ru

3rd year student, «Finance and Credit», Department of Finance, Accounting and Banking, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, 89268779428@mail.ru

Новиков Виктор Алексеевич

Novikov Viktor Alekseevich

Доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории, экономики и предпринимательства, Институт социально-

экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, vikanovikov@yandex.ru

Doctor of Economics, Professor of the Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, vikanovikov@yandex.ru

Ольховец Анастасия Николаевна
Olkhovets Anastasia Nikolaevna

Студент 4 курса, направление «Финансы и кредит», кафедра финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, nastyolhovets@mail.ru

4rd year student, «Finance and Credit», Department of Finance, Accounting and Banking, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, nastyolhovets@mail.ru

Плетюхина Светлана Альбертовна
Pletyukhina Svetlana Albertovna

Кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, svtiv@mail.ru

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Finance, Accounting and Banking, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, svtiv@mail.ru

Рамазанова Мярям Наильевна
Ramazanova Miariam Nailевна

Магистрант, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова (Ивановский филиал), г. Иваново, Россия, rmm@mail.ru

Graduate student, Plekhanov Russian University of Economics (Ivanovo branch), Ivanovo, Russia, rmmm@mail.ru

Романова Ольга Сергеевна
Romanova Olga Sergeevna

Кандидат экономических наук, доцент, г. Иваново, Россия, olga_romanova79@mail.ru

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Ivanovo, Russia, olga_romanova79@mail.ru

Саргсян Мари Арменовна
Sargsyan Mari Armenovna

Магистрант, кафедра финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, sargsyan.mari97@mail.ru

Graduate student, Finance and Credit, Department of Finance, Accounting and Banking, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, sargsyan.mari97@mail.ru

Соколов Александр Евгеньевич
Sokolov Aleksandr Evgen'evich

Аспирант, кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, sokolov194@mail.ru

Postgraduate student, Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, sokolov194@mail.ru

Титова Юлия Александровна
Titova Yulia Alexandrovna

Магистрант, кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, vavilova_yuliya@mail.ru

Graduate Student, Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, vavilova_yuliya@mail.ru

Уткин Алексей Игоревич
Utkin Alexey Igorevich

Магистрант, кафедра экономического анализа и бухгалтерского учета, Институт социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, alexeyutkin98@mail.ru

Graduate Student, Department of Economic Analysis and Accounting, Institute of Social and Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, alexeyutkin98@mail.ru

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

Сборник научных трудов «Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики» включен в РИНЦ, договор № 108-03/2012 от 22.03.2012 г.

Для своевременной подготовки сборника статьи необходимо представлять в следующие сроки: до **01 АПРЕЛЯ** (весенний выпуск) и до **01 НОЯБРЯ** (осенний выпуск).

Материалы необходимо представлять по адресу:
153025, г. Иваново, ул. Тимирязева, д. 5 (6-й корпус ИвГУ),
ауд. 720, кафедра экономической теории,
экономики и предпринимательства
или по электронной почте politeconom@yandex.ru
Контактный телефон: 8 (4932) 93-85-57

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

Текст статьи представляется в электронном виде с приложением одного экземпляра распечатки. На статьи, выполненные студентами единолично, должны быть представлены рецензии научного руководителя.

Электронный вариант текста должен иметь следующие параметры:

Выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word и сохраняется с расширением doc. В качестве имени файла указывается фамилия, имя, отчество автора русскими буквами (например: Иванов Иван Иванович).

Компьютерный набор статьи должен удовлетворять следующим требованиям: размер бумаги – А 5; поля – по 2 см со всех сторон; ориентация страницы – книжная; шрифт – Times New Roman; размер шрифта – 11 pt; таблицы – 10 pt; межстрочный интервал – 1; выравнивание текста – по ширине; отступ (абзац) – 1 см, расстановка переносов – автоматическая. **Не использовать автоматической нумерации списков.**

Построение статьи:

1. Индекс УДК (присваивается по названию статьи и ключевым словам).
2. И. О. Фамилия **(на русском и английском языках)**.
3. Название статьи (сокращения в названии недопустимы) **(на русском и английском языках)**.

4. Аннотация, объясняющая цель работы, актуальность проблемы (не более 6 строк) **(на русском и английском языках)**.

5. Ключевые слова (5-6 слов или словосочетаний, несущих в тексте основную смысловую нагрузку) **(на русском и английском языках)**.

6. Текст статьи **(объем не ограничен, но не менее 8800 знаков)**.

7. Библиографический список (указывается в **алфавитном** порядке, нумеруется **вручную**).

8. Сведения об авторах: Ф.И.О. полностью, ученая степень, ученое звание, полное название организации и подразделения, город, страна (в именительном падеже) – место работы или учебы автора **(на русском и английском языках)**, адрес электронной почты для каждого автора.

Библиографические ссылки в тексте оформляются квадратными скобками с указанием порядкового номера издания по библиографическому списку и номером страницы. Например [1, с. 6]. Если в библиографическом списке всего 1 источник, то он оформляется в виде ссылки внизу страницы.

Единицы измерения приводятся в соответствии с международной системой единиц (СИ).

Рисунки, схемы, диаграммы должны быть размещены в соответствии с логикой изложения. В тексте статьи должна даваться ссылка на конкретный рисунок, например (рис. 2). Схемы выполняются с использованием штриховой заливки или в **оттенках серого цвета**; все элементы схемы (текстовые блоки, стрелки, линии) должны быть сгруппированы. Каждый рисунок должен иметь порядковый номер, название и объяснение значений всех кривых, цифр, букв и прочих условных обозначений.

Таблицы. Каждую таблицу следует снабжать порядковым номером и заголовком. Таблицы должны быть представлены в текстовом редакторе Microsoft Word и располагаться в соответствии с логикой изложения. В тексте статьи должна даваться ссылка на конкретную таблицу, например (табл. 2). Все графы таблицы должны быть озаглавлены. Одновременное использование таблиц и графиков (рисунков) для изложения одних и тех же результатов не допускается.

Статьи, оформленные не по требованиям, будут возвращены авторам.

**МНОГОУРОВНЕВОЕ
ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО:
ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

Сборник научных трудов

Вып. 19 (35)

Под редакцией Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой

Директор издательства *Л. В. Михеева*
Технический редактор *И. С. Сибирева*
Компьютерная верстка *С. Г. Коноваловой*

Издается в авторской редакции

Подписано в печать 09.12.2020 г.
Формат 60 x 90 ¹/₁₆. Бумага писчая. Печать плоская.
Усл. печ. л. 9,5. Уч.-изд. л. 6,6. Заказ № 21.

Тираж 300 экз. Цена свободная

Издательство «Ивановский государственный университет»
153025 г. Иваново, ул. Ермака, 39
(4932) 93-43-41. E-mail: publisher@ivanovo.ac.ru

ООО «Принткарт»
153045 г. Иваново, м. Афанасово, ул. Новосельская, 5